

جامعـــة اليرموك
كلـــــــية الآداب
قسم علم الاجتماع

وسائل الاتصال وأثرها على بعض قيم الطلبة الجامعيين في المجتمع الأردني
Mass communication and its impact on some values of university students in Jordanian society

اعداد
خـــلود إبراهيـــم الـــقرعان
(2003770002)

إشراف
الاستاذ الدكتور فهمي الغزوي

حقل التخصص- علم الاجتماع

10 رجب 1429 هـ
2008/7/13م

وسائل الاتصال وأثرها على بعض قيم الطلبة الجامعيين في المجتمع الأردني

إعداد

خلود ابراهيم محمد القرعان
بكالوريوس فقه واصوله، جامعة اربد الاهلية 2003م

قدمت هذه الرسالة استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في تخصص علم الاجتماع في جامعة اليرموك، اربد، الأردن.

وافق عليها

الأستاذ الدكتور فهمي سليم الغزوي.................................مشرفا ورئيسا

أستاذ في علم الاجتماع، جامعة اليرموك

الأستاذ الدكتور عبد العزيز علي الخزاعلة.........................عضوا

أستاذ في علم الاجتماع، جامعة اليرموك

الدكتور محمد يوسف الرواش.................................... عضوا

أستاذ مشارك في الاحصاء، جامعة اليرموك

الدكتور محمد عبد الكريم الحوراني ....عضوا

أستاذ مساعد في علم الاجتماع، جامعة اليرموك

تاريخ تقديم الرسالة

10 رجب 1429هـ

2008/7/13م

الاهــــداء

الــــى

مـــــن عـانق عــرق جبينـه تــــرابه الارض

ابــــي

الـــى

مـــــن سـهر قلبهــا لننــام

امــــي

الــــى

مـن جعـل الحياة بلون اجمل ، واعطـانـي الامـل
والـدافـع للـنجـاح ، رفيـق دربـــي

زوجي.....عـلاء الـدين

الــــى

قـــرة عينـــي ونـــور حيــاتي

ابنتـي....... لمـار

الــــى

اخوتي واخواتي................

الشكر والتقدير

لما كان الشكر يوفي الحقوق الى اصحابها فان من واجبي ان اتقدم بالشكر والتقــدير بعد ان انتهيت من اعداد هذه الرسالة الى صاحب الفضل الاستاذ الدكتور فهمي سليم الغزوي الذي تكرم بالموافقة منذ البدء على الاشراف ومتابعة هذه الرسالة بكل اجزاءها، فله مني كل الشكر والتقدير على كل جهد بذله في سبيل انجاز هذا العمل خلال الفترة السابقة .

والشكر كذلك موصول الى من تفضل بالموافقة على مناقشة هذه الرسالة من اعضاء اللجنة ممثلة بالاستاذ الدكتور عبد العزيز الخزاعلة والدكتور محمد الرواش والدكتور محمــد الحوراني.

كما اشكر جميع من وقف الى جانبي خلال الفترة التي اعددت فيها هذه الدراسة مــن اعضاء هيئة تدريس واداريين وزملاء في قسم علم الاجتماع والاقسام الاكاديمية الاخرى في جامعة اليرموك والجامعات التي شملتها هذه الدراسة .

فهرس المحتويات

قائمة الجداول

الملخص

القرعان، خلود ابراهيم. وسائل الاتصال وأثرها على بعض قيم الطلبة الجامعيين في المجتمع الأردني، رسالة ماجستير بجامعة اليرموك . 2008(المشرف: أ.د.فهمي سليم الغزوي).

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة أثر وسائل الاتصال الحديثة (الفضائيات ، الانترنت، الهاتف النقال) على بعض قيم الطلبة الجامعيين في المجتمع الاردني، من حيث اولا: أهم وسائل الاتصال التي يستخدمها طلبة الجامعات في المجتمع الأردني. ثانيا : مدى تأثير وسائل الاتصال على بعض القيم لدى الطلبة الجامعيين، ثالثا : تصنيف القيم من حيث اهميتها . وتم الاجابة على التساؤل الاساسي في مشكلة الدراسة الذي تمثل في معرفة اثر وسائل الاتصال على بعض القيم لدى الطلبة الجامعيين في المجتمع الأردني والذي تفرع عنه عدد من الاسئلة الفرعية التي تمثلت بما يلي :

- هل تختلف درجة تأثير وسائل الاتصال على تغير بعض القيم باختلاف بعض المتغيرات الديمغرافية؟
- ما هي أكثر وسائل الاتصال استخداما من قبل الطلاب الجامعيين في المجتمع الأردني؟
- ما هو الأثر الذي أحدثته وسائل الاتصال على قيم العمل لدى طلبة الجامعات في المجتمع الأردني؟
- ما هو الأثر الذي أحدثته وسائل الاتصال على القيم الدينية لدى طلبة الجامعات في المجتمع الأردني ؟
- ما هو الأثر الذي أحدثته وسائل الاتصال على قيم الاستهلاك لدى طلبة الجامعات في المجتمع الأردني ؟

- ما هو الاثر الذي أحدثته وسائل الاتصال على قيم التعليم لدى طلبة الجامعات في المجتمع الأردني؟
- ما هي أكثر القيم تاثرا لدى الطلاب الجامعيين بفعل وسائل الاتصال ؟

وللاجابة على هذا التساؤلات استخدمت الباحثة استبانة تم تصميمها بحيث تغطي محاور الدراسة الاساسية. وقد تكون مجتمع الدراسة من طلبة الجامعات الذين يدرسون في خمس جامعات اردنية حكومية وخاصة هي (جامعة اليرموك ، جامعة مؤته، جامعة البلقاء التطبيقية، جامعة العلوم التطبيقية الخاصة، جامعة اربد الاهلية). وقد تم توزيع الاستبانة على عينة مكونة من 1500 طالب في جميع الجامعات المذكورة حيث تم الحصول على 1174 استبانه. ولمعرفة دلالة اجابات افراد العينة على اسئلة الدراسة تم استخدام التحليل الاحصائي لاستخراج الاختبارات اللازمة والمتوسطات الحسابية التي تم الاعتماد عليها في تحليل البيانات التي تم جمعها من الميدان .

وقد دلت النتائج على ان طلبة الجامعات يستخدمون وسائل الاتصال الحديثة الثلاثة المتمثلة بالفضائيات والانترنت والموبايل، كما تبين ان هذه الوسائل لها تاثير متباين في قيم الطلبة في الجامعات الاردنية، كما كان للمتغيرات الديمغرافية دور في الاثر الذي تركته وسائل الاتصال على قيم طلبة الجامعات حيث تبين ان قيم العمل وقيم التعليم وقيم الاستهلاك والقيم الدينية تاثرت بفعل استخدام وسائل الاتصالات الحديثة حيث يمكن ان يتبين هذا الاثر في المواقف وسلوك واتجاه الطلبة .

الكلمات المفتاحية : وسائل الاتصالات الحديثة (الفضائيات ، الانترنت، الهاتف النقال) القيم (قيم العمل، القيم الدينية، قيم الاستهلاك، قيم التعليم) ، طلبة الجامعات في المملكة الاردنية الهاشمية .

الفصل الاول : مدخل الى الدراسة

أ: المقدمة

حظي موضوع القيم باهتمام الباحثين في العلوم بشكل عام والعلوم الاجتماعية بشكل خاص، لما للقيم من اثر في توجيه السلوك وتحديد الرغبات والتاثير في الاتجاهات والمواقف، بالاضافة الى ارتباطها بعدد من المتغيرات في الحياة الاجتماعية بحيث تؤثر على جميع جوانب المجتمع ومؤسساته .

وتزداد اهمية القيم في حياة الفئات العمرية على اختلافها وخاصة خلال مرحلتي المراهقة والشباب التي يتنقل فيها الافراد بين اكثر من مؤسسة من مؤسسات التنشئة الاجتماعية، فهم ينتقلون من العائلة الى المدرسة ومن ثم الى الجامعة، حيث تتدخل فيها عدد من المتغيرات في تحديد قيمهم، وتعتبر الفترة التي يعيشها الطالب في الجامعة من المراحل المهمة التي تؤثر في سلوكه واتجاهاته واستعداداته لانها من اهم المراحل التي يشكل فيها الطالب خياراته المستقبلية .

وقد تاثرت القيم خلال الفترة السابقة بعدد من المتغيرات التي لم تكن موجودة من قبل والتي ادت الى التاثير على اتجاهات ومواقف الطلبة تجاه بعض القيم الاساسية بحيث ادى الى تغير الكثير منها، ومن اهم هذه المتغيرات الانفتاح على العالم الخارجي خلال فترة العولمة بفعل تطور وسائل الاتصالات الحديثة التي استطاعت ان تربط اجزاء العالم في قرية صغيرة .

وتعتبر المملكة الاردنية الهاشمية من الدول التي وصل فيها تطور وسائل الاتصال الحديثة الى مرحلة متقدمة على المستويين العربي والعالمي، حيث مكنت هذه الوسائل طلبة الجامعات من الاطلاع على ثقافات الاخرين والتواصل معهم، مما اثر على قيمهم الدينية والاستهلاكية والتعليمية وقيم العمل.

ب: مشكلة الدراسة

تنوعت وسائل الاتصال في الآونة الأخيرة وأصبح لها دورا فاعلا في الحياة اليومية، كما زاد تأثيرها على مختلف الفئات الاجتماعية والوظائف التي تؤديها مؤسسات المجتمع، ويعتبر طلبة الجامعات من أكثر فئات المجتمع استخداما لها وإطلاعا على ما تقدمه من معلومات سواء كانت هذه الوسيلة شبكة الإنترنت أو الهواتف النقالة أو الفضائيات، فقد قدمت ثورة تكنولوجيا المعلومات الحديثة لهذه الفئة فرصة تمكنوا من خلالها الإطلاع على ثقافات وتجارب الآخرين، وكان من نتيجة ذلك أن تأثرت بعض القيم لدى طلبة الجامعات في المجتمع الأردني، ويمكن ملاحظة ذلك في قيم العمل وقيم التعليم والقيم الدينية وقيم الاستهلاك.

وتتمحور مشكلة الدراسة في ضوء ذلك في الإجابة على التساؤل الأساسي المتمثل في معرفة اثر وسائل الاتصال الحديثة على بعض القيم لدى الطلبة الجامعيين في المجتمع الأردني، حيث يتفرع عن هذا التساؤل عدد من الأسئلة الفرعية المتمثلة بما يلي :

1. هل تختلف درجة تأثير وسائل الاتصال الحديثة على تغير بعض القيم باختلاف بعض المتغيرات الديمغرافية؟
2. ما هي أكثر وسائل الاتصال الحديثة استخداما من قبل الطلاب الجامعيين في المجتمع الأردني ؟
3. ما هو الأثر الذي أحدثته وسائل الاتصال الحديثة على قيم العمل لدى طلبة الجامعات في المجتمع الأردني؟
4. ما هو الأثر الذي أحدثته وسائل الاتصال الحديثة على القيم الدينية لدى طلبة الجامعات في المجتمع الأردني ؟

5. ما هو الأثر الذي أحدثته وسائل الاتصال الحديثة على قيم الاستهلاك لدى طلبة الجامعات في المجتمع الأردني ؟

6. ما هو الاثر الذي أحدثته وسائل الاتصال الحديثة على قيم التعليم لدى طلبة الجامعات في المجتمع الأردني؟

7. ما هي أكثر القيم تاثرا لدى الطلاب الجامعيين بفعل وسائل الاتصال ؟

ت : أهمية الدراسة

يعتبر الطلبة الحياة الجامعية مجالا للتعبير عن مختلف قناعاتهم التي اكتسبوها من غير الطرق التقليدية في حياتهم اليومية بفعل الاطلاع الذي وفرته وسائل الاتصال الحديثة واستخدامهم شبه الدائم لها، وتتبين هذه القناعات في قيم التعليم وقيم العمل وقيم الاستهلاك والقيم الدينية التي لم تعد تحكمها التصورات التقليدية لطلاب الجامعات، فقد ساهمت وسائل الاتصال الحديثة في تشكيل قناعات واتجاهات جديدة تتعلق بهذه القيم .

ولذلك تنبع أهمية هذه الدراسة في كونها تحاول رصد وتحليل الأثر الذي أحدثته وسائل الاتصال الحديثة على بعض القيم الأساسية لدى الطلبة الجامعيين في المجتمع الأردني، كما تكمن أهمية الموضوع لأثره على سلوكيات الأفراد وتوجهاتهم وأفكارهم، بحيث يعكس صورة الشباب الجامعي الأردني وثقافته، والمجتمع الأردني ككل.

ث : أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة أثر وسائل الاتصال على بعض قيم الطلبة الجامعيين في المملكة الاردنية الهاشمية، من حيث:

1. اهم وسائل الاتصال التي يستخدمها طلبة الجامعات في المجتمع الأردني.
2. مدى تأثير وسائل الاتصال على بعض القيم لدى الطلبة الجامعيين.
3. تصنيف القيم من حيث اهميتها.

جـ: التعريفات الإجرائية

الطلبة الجامعيون: هم الطلبة التي تستهدفهم هذه الدراسة والذين يتوزعون على خمس جامعات اردنية حكومية وخاصة يمثلون جزء من مجمل الطلبة الجامعيين في المملكة الاردنية الهاشمية (جامعة اليرموك، جامعة مؤتة، جامعة العلوم التطبيقية، جامعة اربد الاهلية، جامعة البلقاء التطبيقية).

القيم : ويقصد بها في هذه الدراسة (قيم العمل، قيم التعليم، قيم الاستهلاك، القيم الدينية).

قيم العمل : ويقصد بهذا المفهوم لغاية هذه الدراسة قيم العمل اليدوي، القيم التي لها علاقة باتجاهات الطلبة نحو عمل المرأة، القيم التي لها علاقة بالأجر المرتبط بالعمل، القيم المرتبطة بنوع العمل.

القيم الدينية : ويقصد بهذا المفهوم لغاية هذه الدراسة القيم المستمدة من التربية الدينية والتي لها علاقة بالعمل ، والتعليم ، والإنجاز، القيم التي تنظم التعامل مع الآخرين، قيم التدين، الالتزام بالطقوس الدينية، الارتباط بين الجنسين .

قيم التعليم : ويقصد بهذا المفهوم لغاية هذه الدراسة القيم المرتبطة بطبيعة التعليم من كونه مهنياً أو عادياً، أو القيم المرتبطة بطبيعة التخصص، والقيم المرتبطة بالدرجة الجامعية ومكانة المتعلمين، والاهتمام بالدراسات العليا واكمال الدراسة في الخارج .

قيم الاستهلاك: ويقصد بهذا المفهوم لغاية هذه الدراسة القيم التي ترتبط بالاستهلاك من مظاهر الاستهلاك و تقليد الاخرين و متابعة الموضة و تجديد المقتنيات الاستهلاكية .

وسائل الاتصالات : ويقصد بها لغاية هذه الدراسة تلك الوسائل التي انتشرت خلال فترة العولمة واصبحت متاحة لطلبة الجامعة من إنترنت وفضائيات والهاتف النقال، وما يمكن أن توفره هذه الوسائل من إعلانات وندوات وبرامج ترفيهية وتعليمية وتثقيفية.

الفصل الثاني : وسائل الاتصال الحديثة والتحول القيمي

اولا: وسائل الاتصال الحديثة والتحول القيمي

أ. الاتصال والبناء الاجتماعي

يرجع أصل كلمة الاتصال (Communication) إلى اللغة اللاتينيــة، (Communis) والتي ترادف كلمة (Common) في اللغة الإنجليزية التي تعني شائع أو مألوف، كمــا تعكــس كلمة الاتصال أيضاً خلق جو من الألفة والاتفاق بين الأفراد والجماعات والمجتمعــات، وذلــك بهدف مشاركتهم في تبادل المعلومات والأفكار والآراء والاتجاهات والتعاون والحياة ككل، ومن ثمَّ فإن عملية الاتصال تعمل على جعل المرسل أو القائم على العملية الاتصالية، وأيضاً المستقبل للمادة المرسلة أو مادة الاتصال على موجة أو خط واحد من أجل إرسال واستقبال رسالة محددة (عبد الرحمن،2000، ص: 51).

وقد اثرت ثورة الاتصالات الحديثة على مختلف المجتمعات بكافة فئاتها، حيث اصبحت حماية فئاته المختلفة من التعرف والاطلاع على ثقافة الغير من المهام الــصعبة، وذلــك بفعــل سهولة استخدام وسائل الاتصال الحديثة التي مكنت العالم من ازالة كافــة الحــواجز المكانيــة والزمانية، حيث اصبح بالامكان التواصل بين اي شخصين او جماعتين في اي مكان في العالم من دون الحاجة الى تغيير المكان، وقد اثر ذلك على منظومة القيم والعادات والتقاليد التي كانت تميز مجتمعات عن اخرى، حتى اصبح الحديث يزداد عن القيم العالمية والثقافة العالميــة التــي يمكن ان تجمع اشخاص وجماعات من مجتمعات مختلفة.

واقتربت أطراف العالم من بعضها بحيث لم يعد هنالك سر يمكن إخفاؤه أو حقيقة يمكن التعتيم عليها أو جهة يمكن التشويش على معلوماتها (جبارة، 2002 ص: 281)، وذلك بفعــل تميز وسائل الاتصالات بسرعة الإرسال والتلقي، فالمواد الإعلامية والمعلوماتية تتلاحق، وليس

هناك مجال لقراءتها في تأن وروية، فخبر اليوم يمحو خبر الأمس، وخبر الغد سيمحو خبر اليوم (سلام، 2003 ص : 89).

وتؤثر وسائل الاتصالات في مختلف ابعاد الحياة الاجتماعية حيث يمكن ايجاز العلاقة بين الاتصال ومكونات البناء الاجتماعي: العلاقات، التفاعل، وأنماط السلوك، على الشكل التالي(الدليمي، 2002 ص : 99) :

- الاتصال صيغة رئيسية من صيغ التفاعل الاجتماعي، أي بين عنصرين أساسيين في إطار البناء الاجتماعي وهما المرسل لموضوع التفاعل والمستقبل لها، وكلاهما يؤثر ويتأثر في نطاق قبول موضوع التفاعل، وفي الحالتين يتشكل موقف فرد ما (المستقبل) من فرد آخر (المرسل)، وبذلك يندرج الاتصال كأحد الظواهر الاجتماعية في حياة الناس والقائمة أساساً على التأثير في المواقف، الاتجاهات، القيم، المعايير، أنماط السلوك، أنماط التفكير، وبناء تصور اجتماعي عن الحياة الاجتماعية .

- الاتصال صيغة من صيغ إجراء وتنظيم العمليات الاجتماعية، وربما يصعب الحديث عن أية عملية اجتماعية تنتج بين أفراد او جماعات او المؤسسات بدون وجود قناة أو وسيلة للاتصال، وتعتبر العمليات الاجتماعية نماذج التفاعل المتكررة والقابلة للتجديد، من توافق وتعاون وتنافس و صراع و تخصص، فالاتصال هو الذي يمد العمليات الاجتماعية بالقوة والاستمرار.

ب . وسائل الاتصال كاحدى مؤسسات التنشئة الاجتماعية :

تعتبر وسائل الاتصال من مؤسسات التنشئة الاجتماعية التي تؤثر في حياة الافراد من حيث توجيه السلوك والتاثير على مكوناته، ويزداد تاثير وسائل الاتصال في عملية التنشئة الاجتماعية لوجودها في مختلف مراحل حياة الافراد.

وتعتبر التنشئة الاجتماعية عملية التفاعل الاجتماعي التي يكتسب من خلالها الفرد شخصيته الاجتماعية التي تعكس ثقافة مجتمعه، ولغته، والمعاني والرموز والقيم التي تحكم سلوكه وتوقعاته وسلوك الغير، والتنبوء باستجابات الاخرين والتفاعل معهم (الشرايعة،2006، ص :12) وتؤدي موسسات التنشئة الاجتماعية دورا تكامليا في بناء شخصية الفرد وكيانه الاجتماعي، وتتمثل هذه المؤسسات بما يلي :

1. الاسرة:

تشكل الاسرة أهم المؤسسات الاجتماعية التي تضطلع بعملية التنشئة الاجتماعية، ونقل التراث الاجتماعي من جيل الى جيل، فتبدأ التنشئة منذ لحظة الولادة، وتبذل في سبيل ذلك جهودا متواصلة لتشكيل شخصيته الفردية والاجتماعية، ومنها يكتسب الفرد لغته وعاداته، وتقاليده، وقيمه، وعقيدته، واساليب ومهارات التعامل مع الاخرين (جردات وآخرون، 1986،ص: 36).

وتعتبر الاسرة المجتمع الاساسي الذي تختزن فيه القيم الاجتماعية وتعلمه لابنائها، وهنا تكون وظيفة الاسرة تكريس القيم وترسيخها اجتماعيا، وذلك ضمن علاقة جدلية حيث تتم عملية التنشئة من خلال القيم التي تتمثلها الاسرة والتي تعتبر محددات اجتماعية للتعامل مع الاخرين ، وتقدير اهمية الحياة مع الجماعة وكل ما يتعلق بها، ودوافع الفرد للارتباط مع الاخرين، وتحدد

دورا واحدا لكل فرد من افراد المجتمع وذلك في كل مرحلة من مراحل العمر . (قسام، 1998، ص: 107).

ويبدأ دور الاسرة في التنشئة الاجتماعية في عملية مستمرة للفرد تمتد من الطفولة الى مراحل عمرية متقدمة، فالاسرة ترعى الطفل وتحميه وتشبع حاجاته البيولوجية والنفسية، وتساعد في الانتقال من حالته البيولوجية الى حالته الاجتماعية ليصبح قادراً على الاعتماد على نفسه، وفي شؤونه الخاصة والعامة، وقادراً على التوافق مع مطالب مجتمعه وقيمه (صوالحة وحوامدة،1994، ص:87).

وتعتبر الاسرة مصدرا من اهم مصادر القيم السائدة في المجتمع، كما تعتبر من اهم المؤسسات الاجتماعية في مجال اكتساب الاولاد للقيم لانها تحدد ما ينبغي وما لا ينبغي في ظل المعايير الحضارية السائدة (كلاب 1994، ص: 99) .

ويستمر دور الاسرة في التنشئة الاجتماعية الى ما بعد ذلك حتى مرحلة متقدمة من عمر الفرد حيث تستمر في تعزيز القيم وفي الرقابة والتوجيه على سلوك ابناءها، حيث تعتبر الاسرة من خلال هذا الدور من اهم المؤسسات التي تؤسس الفرد لقبول النظام القيمي للمجتمع او رفضه.

2. دور الحضانة ورياض الاطفال

يتم في دور الحضانة تكوين الاساس الذي يبنى عليه جميع الخصائص الشخصية اللاحقة، من جسمية وعقلية ومسلكية واجتماعية وخلقية، ففيها يتم تشكيل شخصية الطفل الانسانية، ووضع البذور الاولى لبناءه وتحديد اتجاهاته وميوله وغرس تقاليده وعادات المجتمع لديه (عدس ومصلح،1984،ص: 5). وتعمل على تصحيح الاخطاء التي يقع فيها الوالدين،

حيث تعمل على تنيمة شخصية الطفل وتبرزها، وتنمي اتجاهاته وتضبط سلوكه ودوافعه، وبذلك تلعب دورا تكاملياً مع الاسرة في هذه المجالات (همشري،2003، ص: 342).

وتعد مرحلة رياض الاطفال من أخصب المراحل التربوية التعليمية في تشكيل الشخصية وتكوينها لأنها تتميز بالمرونة، ويكون الطفل فيها أكثر استجابة لتعديل السلوك، لأن التشكيل والتغيير والتعديل في هذه المرحلة أكثر من أي مرحلة أخرى (احمد ومحمد،2002، ص:31). كما ان وجود خبرات جديدة وفرصا للعب والاستكشاف، امور ضرورية لطفل هذه المرحلة، بالإضافة على حاجته لأقران آخرين ينخرط معهم في انشطة شبه منظمة بعيدا عن رقابة الاهل (عدنان وبسام، 2005، ص:244).

3. المدرسة

تشكل المدرسة اهم المؤسسات التربوية عناية بالقيم، حيث تهتم بالمناهج بما فيها من دروس وانشطة متعددة بايصال وتوصيل القيم الى التلاميذ، ويكون التلميذ اكثر اكتسابا للقيم ، ويكون اتجاهات يحولها الى سلوك حياتي. (الخميسي، 1996،ص: 93) .

وتعتبر المدرسة المؤسسة الاجتماعية التي اوجدها المجتمع لتحقيق أهدافه وغاياته، وهي مؤسسة تربوية نظامية، مسؤولة عن توفير بيئة تربوية تهدف الى تنمية شخصية الفرد المتعلم من جميع جوانبها الجسمية والعقلية والنفسية والانفعالية والاجتماعية والروحية على نحو متكامل، ومساعدته على الاندماج مع مجتمعه الكبير والتكييف معه، بالاضافة الى مسؤوليتها عن توفير فرص الابداع والابتكار له (جردات وآخرون،1984ص :134).

وتقوم المدرسة بوظائف التربية ونقل الثقافة المتطورة، وتوفير الظروف المناسبة للنمو جسمياً وعقلياً وانفعالياً واجتماعياً، فبدخوله المدرسة يخرج من نطاق العلاقات والتفاعلات البسيطة الى علاقات وانفعالات اكبر واوسع (احمد ومحمد،2002، ص: 35). حيث تعتبر

الحلقة الاولى في التعليم النظامي المقصود، وحلقة وصل مهمة بين البيت والمجتمع (ناصر،1999، ص: 70).

وللمدرسة دور اساسي في الحفاظ على النظام القيمي في المجتمع، حيث تلعب دورا اساسيا في تدعيم القيم الاجتماعية السائدة فس المجتمع، وذلك من خلال مناهجها الدراسية، كما يمكن ان يتضمن النشاط المدرسي اللامنهجي اكساب التلاميذ بعض الاساليب السلوكية الاجتماعية السيئة، وتعليمهم بعض المعايير الاجتماعية، كما يساعد المدرس الطفل على التخلص من الاساليب السلوكية الشاذة، وان يشبع حاجات الطفل من التقدير الاجتماعي واعتبار الذات الذي لم يتمكن من التمتع به أثناء تواجده مع الاسرة (احمد ومحمد،2002، ص :110).

4. جماعة الرفاق أو الأقران

تؤثر جماعة الرفاق في جميع مراحل حياة الافراد ابتداءا من مرحلة الطفولة وانتهاءا الى مراحل متقدمة من حياته، حيث تلعب دورا مؤثرا في قبول او رفض كثير من القيم وتعزيز السلوك او رفضه . ويحرص الفرد في أي مرحلة عمرية يصل اليها الى الانتماء الى جماعة من الاصدقاء يتقاربون معه في العمر من أجل تحقيق قدر من التفاهم المتبادل وقدر من الاحساس المشترك، كما ان مدى تأثر الفرد بالجماعة والصحبة ومدى ما يتقبله من قيمها واتجاهاتها ومعاييرها، يتوقف على درجة علاقة الفرد بشلته، فكلما ازداد مدى تمثل الفرد لما اصطلحت عليه الجماعة من أنماط سلوكية دل ذلك على قوة ارتباطة وتأثره بها (احمد ومحمد،2002: ص 27).

وقد ازدات أهمية جماعة الرفاق في عملية التنشئة الاجتماعية وفي نموه الاجتماعي، وذلك لتاثيراتها الواضحة على سلوكه وعاداته واتجاهاته وقيمة، وحتى الكبار وفي الصحبة يجد الطفل مجموعة من الاطفال يتصل معهم ويقاربونه في العمر والميول، وازدادت اهمية جماعة

الرفاق في الأونة الاخيرة نظراً لزيادة معدلات خروج الام من البيت للعمل او التعليم (صوالحة وحوامدة،1994:ص 118).

ويمكن تلخيص أثر جماعة الرفاق في التنشئة الاجتماعية بما يلي: (صوالحة وحوامدة 1994، ص:131)

-المساعدة في النو الجسمي عن طريق إتاحة الفرصة لممارسة النشاط الرياضي، والنمو العقلي عن طريق ممارسة الهوايات، والنمو الاجتماعي عن طريق اوجه النشاط الاجتماعي وتكوين الصداقات ، والنمو الانفعالي عن طريق المساندة الانفعالية ونمو العلاقات العاطفية في مواقف لا تتاح في غيرها من الجماعات.

-تكوين معايير اجتماعية وتنمية الحساسية والنقد نحو بعض المعايير الاجتماعية للسلوك.

- تشجيع القدرة على القيادة عن طريق القيام بأدوار اجتماعية معينة.

-تنمية اتجاهات نفسية ايجابية نحو كثير من موضوعات البيئة الاجتماعية.

-العمل على تحقيق أهم مطالب النمو الاجتماعي وهو الاستقلال والاعتماد على النفس.

-اتاحة فرصة التجريب والتدريب على الجديد والمستحدث من معايير السلوك.

-إتاحة الفرصة لتقليد الكبار في جو يتسم بالتسامح.

-إتاحة الفرصة لأداء السلوك بعيدا عن رقابة الكبار.

-إتاحة الفرصة لتحمل المسؤولية الاجتماعية.

-تعديل السلوك المنحرف لدى أعضاء الجماعة.

-إشباع حاجات الفرد من خلال وصوله الى المكانة الاجتماعية والانتماء.

-ملء الفجوات وسد الثغرات التي تتركها الاسرة والمدرسة في معلومات الطفل.

-تقديم المثل الاعلى أو النموذج المثالي والمعايير الاجتماعية والفرص الجيدة للتقليد.

5. دور العبادة

تقوم دور العبادة بدور كبير في عملية التنشئة الاجتماعية لما تتميز به مـــن خـــصائص مزيدة اهمها احاطتها بهالة من التقديس، وثبات وايجابية المعايير السلوكية التي تعلمها للأفـــراد، والاجماع على تدعيمها.(الكندري1992، ص: 426) .

وتقوم دور العبادة بتعليم الفرد والجماعة التعاليم الدينية والمعايير السماوية التي تحكـــم السلوك بما يضمن سعادة الفرد والمجتمع، وامداد الافراد باطار ســـلوكي معيـــاري مرتـــضى، وتنمية الضمير عند الفرد والجماعة، والدعوة الى ترجمة التعاليم السماوية الى ســـلوك عملـــي، وتوحيد السلوك الاجتماعي وازالة الفوارق بين الجماعات.(عدنان وبسام،2005،ص:256)

ويتم ذلك من خلال الترغيب والترهيب والدعوة الى السلوك السوي طمعـــا بـــالثواب، والابتعاد عن الانحراف خوفا من العقاب، ومن خلال التكرار والاقناع والدعوة الى المـــشاركة الجماعية والمحاســـبة، وعـــــرض النمـــاذج الـــسلوكية المثاليـــة، والارشـــــاد العملـــــي. (السيد،1996، ص: 212) .

6. وسائل الاتصال والاعلام

تلعب وسائل الاتصال دورا هاما في التنشئة الاجتماعية لا يقل عـــن كـــل مـــن دوري الاسرة والمدرسة، حيث يتم عن طريقها نقل القيم الثقافية والمعايير الاجتماعية المتعارف عليهـــا بين افراد المجتمع الواحد، لانها بذات الوقت تقوم بصورة غير مباشـــرة بتغييـــر هـــذه القـــيم والمعايير واحلال مجموعة جديدة من القيم التي تتصل بمجتمعات محلية او عالمية. (رضوان ، 1997،ص :67)

وتعتبر وسائل الاتصال والاعلام من من اهم مؤسسات التنشئة الاجتماعية، سواء كانت هذه المؤسسات تقليدية ممثلة بالاذاعة والتلفزيون والصحافة والمجلات، او وسائل حديثة كتلـــك

التي انتشرت خلال فترة العولمة ممثلة بالانترنت والفضائيات والهاتف النقـال، وتـؤثر هـذه الوسائل من خلال ما تقدمه من أفكار وحقائق واخبار، فهي تقوم بنشر المعلومات المتنوعة فـي كافة المجالات والتي تناسب كل الاتجاهات والافكار، وكذلك اشباع الحاجات النفسية لدى الفـرد مثل الحاجة الى المعرفة والمعلومات والتسلية والاخبار والثقافة العامة، ودعم الاتجاهات النفسية، وتعزيز القيم والمعتقدات أو تعديلها، والتوافق مع المواقف الجديدة (المرجع السابق، ص: 35).

وتبدو اهمية وسائل الاتصال والاعلام في عملية التنشئة الاجتماعية من خلال امتيازها بـبعض الخصائص وهي: (قناوي،1991، ص:57)

- غير شخصية، بمعنى انه ليس هناك تلاق أو تفاعل بين اصحابها وبين الافراد كما هـو الحال في الاسرة والمدرسة.
- تعكس الثقافة العامة للمجتمع بما تتميز به من تنوع وتخصص لا يتوفر في أي مؤسسة التنشئة الاجتماعية الاخرى.
- جاذبيتها بحيث اصبحت تحتل جانباً من وقت واهتمامات الانسان.

وتلعب وسائل الاتصال والاعلام دورا بارزا في تكـوين شخـصية الفـرد وتطبيعـه الاجتماعي على انماط سلوكية معينة، وتؤثر في العملية الاجتماعية من خلال(عدنان وبسام، 2005، ص:250):

- تيسير التأثر بالسلوك الاجتماعي في الثقافات الاخرى بما تقدمه مـن افـلام ووسـائل اخبارية.
- اشباع الحاجة الى المعلومات والاخبار.
- التسلية والترفيه.

وقد شهد العالم المعاصر تغيرات متسارعة وتطورات متلاحقة، بفضل ظاهرة التفجـر المعرفي والتسارع التقني التي أثرت على مجمل نظم المجتمـع الـسياسية والثقافيـة والقيميـة (السرحان، 2000 ص:9)، ومن هذه التغيرات ثورة الاتصالات الهائلة التـي غيـرت معظـم المفاهيم السابقة عن الأبعاد المكانية والزمانية بفعل ما أحدثته من إمكانية اتصال الأفراد بالعـالم الخارجي عبر القنوات الاتصالية المختلفة.

ومما زاد من تاثر هذه المؤسسة انها حلت في الفترة الاخيرة مكان الاسـرة والمدرسـة والجامعة والمصنع...الخ، حيث اصبحت وسائل الاتصال الحديثة تعمل على تشكيل ابعاد حيـاة الفرد من خلال التاثير على ما يتمثله من قيم وسلوك. ومن اهم هذه الوسائل الحديثة الفضائيات والهاتف النقال والانترنت، وهي تلك التي انتشرت خلال فترة العولمة واصبحت في متناول كافة فئات المجتمع وخاصة الشباب .

- الفضائيـــــــات

يعتبر التلفاز من وسائل الاتصال المؤثرة بفعل خصائصه السمعية والبصرية، ويعد مـن الوسائل المتوفرة في كل بيت حيث تشكل ناقلا اساسيا للاحداث، كما تساهم في عملية الترفيـه والتعليم والتثقيف من آن لآخر عن طريق حاستي السمع والبصر، (جبارة،2002 ،ص : 245)، وقد بات من الوسائل الأكثر أهمية بفضل قدرته على توجيه الجماهير علـى صـعيد سـلوكهم وعاداتهم وقيمهم وأفكارهم،(الدليمي، 2005، ص: 25) وأصبح أداة فعالة من أدوات الاتصال، بفعل قدرته على نقل الصوت والصورة والحركة واللون إلى المشاهدين.

ويعد التلفاز فضلاً عن ذلك وسيلة اقتصادية في الاتصال بالجمـاهير، ولـذلك يـستخدم بنجاح في إحداث كثير من التغيرات الاجتماعية والثقافية والسياسية (القضاة،1999،ص: 131). وازدادت في الآونة الأخيرة ساعات بثه حتى أصبح مستمراً طوال اليـوم، وتعـددت قنواتـه وتنوعت برامجه، فصار من أهم وسائل الاتصالات التي جعلت العالم قريـة كونيـة صـغيرة،

مستخدماً الصورة واللون والحركة سبيلاً للإقناع ودليلاً على الصدق، فهو قادر على نقل الخبر مباشرة من موقع الحدث جاعلاً منه خبرة حسية للمشاهدين (زغول، 2001، ص: 94).

ومن مجمل الاهداف التي يعتمد تحقيقها هي الوصول إلى الناس والتأثير فـيهم وتوجيـه سلوكهم بشكل محدد عن طريق الاستهواء والإقناع وبآليات محددة، ويمكـن أن يهـدف إلـى المساهمة في التنشئة الاجتماعية والتنمية الثقافية والفنون والتوعية الشاملة بأهداف المجمـوع، وتنمية الاتفاق بين الأفراد وجماعاته والمحافظة على القيم والتقاليـد الـسائدة فيـه (الـدليمي، 2005،ص: 39).

وبازدياد اعداد المحطات الفضائية والاقمار الصناعية ازداد تاثير الفضائيات في تـشكيل ثقافة الإنسان المعاصر، فهنالك ما يقارب من 500 قمر صناعي تحلق اليوم في سماء الكوكب، ولها القدرة الكافية على إمطار الشعوب بالصور والمعلومات والأفكار، حيث ادت الـى ازالـة الحدود أمام ثقافة الصور فازدادت سلطتها ونفوذها وأصبحت تشكل تهديداً للخصوصيات الثقافية المحلية (الزيدي،2003، ص:271).

وقد كان العالم العربي قبل بدء البث عبر الاقمار الصناعية من المجتمعات المتلقية، لان أجهزة الإعلام والاتصال تكاد تكون محتكرة للثقافة الأجنبية، فهذه الأجهزة تحتكر الإنتاج والنشر والتوزيع، وتمتلك بنى أساسية ضخمة، مثلاً فضائية (CNN) تمتلك أكثر من 33 مكتباً، كما أن وكالة أنباء(REUTERS, ASSOSCIATED PRESS) تمتلك أكثر من 500 مكتب موزعة في العالم، وتقوم هذه المؤسسات بنقل الأخبار والصور التـي تـتلاءم مـع الثقافـة الغربيـة وأيديولوجيتها الخاصة (عبيدات،2003، ص:49).

وكان من نتائج هذه السيطرة تأثر الإنتاج الإعلامي العربي بالمواد الإعلاميـة الأجنبيـة ومحاولة تقليدها، ومن الامثلة التي يمكن ان تطرح في هذا السياق على هـذا التـاثير سـيطرة (الفيديو كليبVIDIO CLIP) على الأغنية العربية التلفزيونيـة، وسـيطرة بعـض الأفكـار الاستهلاكية وغير الأخلاقية على الإعلانات التجارية، وشيوع التعبيرات الأجنبية في لغة الحوار في بعض البرامج العربية (حسن،2003، ص:83).

وبفعل هذا التوسع في البث الفضائي أصبحت برامج التلفاز وما يعرض عليها من مواد استهلاكية، من أهم المداخل التي أدت إلى تغيير في قيم ومعايير ومفاهيم الشباب العربي ، فالأغاني التي تتردد في الإذاعات والفضائيات العربية فارغة من المضمون في مجملها، وازداد تاثيرها من خلال الفيديو كليب (Video Clip)، وعبر الأفلام السينمائية وأشرطة الكاست، حيث تعتمد في المجمل على تسويق الجسد أكثر من اعتماده على الصوت واللحن والكلمة (أبو أصبع، 2005، ص: 144).

ويزداد تأثير هذه الأغاني بفعل زيادة مشاهدتها من قبل الشباب حيث أصبحت حديث الناس اليومي، ففي ساعة معينة كان عدد متابعي سوبر ستار يقارب 17 مليون مشاهد، وبلغ عدد المصوتين قرابة 4 ملايين متصل، بينما لا يحظى أي برنامج حواري عربي بعشر هذا العدد (جريدة الغد، 2005/2/15) .

ولابراز المفارقة في حجم التاثير يكفي العلم انه قد تم تخصيص 4 ملايين دولار أمريكي لإنتاج برنامج Star Academy الذي استمر 4 أشهر، حيث يبين الجدول التالي عدد الاتصالات التي تلقاها البرنامج في الحلقات الأخيرة ، في حين بلغت مشاركات الرسائل القصيرة من الوطن العربي كافة 100 مليون رسالة قصيرة(مجبري، 2005، ص:608):

جدول (1)

عدد الاتصالات التي تلقاها برنامج STAR ACADIMY

الدولة	عدد الاتصالات	الدولة	عدد الاتصالات
مصر	23 مليون و 175 الف	لبنان	18 مليون و 536 الف
الاردن	8 ملايين و 87 الف	سوريا	16 مليون و23 الف
الكويت	4 ملايين	السعودية	11 مليون و 30 الف
الامارات	2 مليون و 220 الف	اليمن	7 الاف

تنوع تاثير الفضائيات في العالم العربي حيث اصبح يقوم ببث برامج تروج لنمط حياة اجتماعي جديد قد يتنافى كليا مع قيم مجتمعاتنا، ومن الامثلة الدالة على ذلك برامج التلفزيون

الواقعي (Reality Television) الذي يسلط الكاميرات على مجموعة من الشباب ذكوراً وإناثاً يعيشون معاً تحت سقف واحد، وهي برامج تجارية لا قيمة لها مثل برامج (على الهـوا سـوا) والرئيس (الأخ الكبير) وستار أكاديمي.(أبو أصبع، 2005، ص: 254).

ويزداد هـذا التـاثير بازديـاد القنـوات الفـضائية حيـث افـاد موقـع المرشـدون العرب(www.arabadvisors.com) المتخصص في دراسة اسـواق الاتـصالات والاعـلام العربية في دراسة بعنوان (قنوات التلفزيون الفضائية في العـالم العربـي) ان عـدد القنـوات الفضائية التي تبث على عربسات ونايل سات ونورسات بلغت 370 قناة حتى نهاية اب من العام 2007، وقد ارتفعت الزيادة في القنوات الفضائية منذ بداية العام 2004 وحتى نهايـة اب2007 بنسبة كبيرة بلغت 270%، علما ان 71% من هذه القنوات مملوكة للقطاع الخاص، وقد بلغـت القنوات الموسيقية فيها 54 قناة .

ومن خلال الاطلاع على اي قائمة فضائيات يمكن ملاحظة التنوع الشامل لجميع مجالات الحياة ونشاطاتها، حيث يمكن رصد فضائيات تبث برامج عن التعليم، الاسرة، الدين، الموسيقى، الشعوذة، الموضة، وغيرها من الفضائيات التي اصبحت مدخلا لتغيير كثير من جوانب الحيـاة الاجتماعية.

سمحت الحكومة الأردنية باستيراد الاطباق اللاقطـة (**DISH/SATELITE**) التـي تستقبل البث التلفزيوني عبر الأقمار الصناعية، وكـان عدد الأطبـاق فـي الأردن أكثر مـن (40 ألف) طبق لاقط في البداية، وازداد هذا العدد مع انتشار هذه الظاهرة في المجتمع الأردني

بكل أطيافه، حيث يبين الجدول التالي اعداد الاسر التي تمتلك الاطباق اللاقطة حسب التعداد العام للسكان والمساكن الذي اجرته دائرة الاحصاءات العامة في العام 2004 :

جدول (2)

انتشار الاطباق اللاقطة واجهزة التلفاز لدى الاسر الاردنية /2004

عدد الاطباق/ التلفاز	الاطباق اللاقطة	النسبة %	اجهزة التلفاز	النسبة %
اسرة لا تملك	462757	%49.4	55642	%5.9
تمتلك جهاز واحد	467600	%49.9	836201	%89.3
تمتلك جهازين	5903	%0.6	38555	%4.1
تمتلك اكثر من ثلاثة اجهزة	469	%.05	6331	%0.7
المجموع	936729	%100	936729	%100

وقد اثرت الفضائيات في مختلف جوانب الحياة الاجتماعية في المجتمع الاردني حيث اثرت على وظائف مؤسساته المختلفة، فقد افادت الاستراتيجية الوطنية لشؤون الاسرة التي اطلقت في العام 2005 ان وسائل الاتصالات الحديثة كالفضائيات والانترنت اصبحت تشكل منافسا للاسرة في وظائفها الثقافية والاجتماعية ودورها في تماسك النسيج الاجتماعي وصيانة الثقافة والهوية الوطنيتين، وهذا التنافس لم يكن فقط من حيث المعلومات التي توفرها هذه الوسائل لمستخدميها فحسب، بل ايضا من حيث القيم الثقافية التي تتضمنها رسائلها والتي تتعارض في الاغلب مع القيم الثقافية والمعايير السلوكية السائدة في المجتمع الاردني . (المجلس الوطني لشؤون الاسرة، 2005)

وقد ساهمت الفضائيات في تغيير بعض القيم لدى الشباب الجامعي من خلال اسهامها في نشر انماط حياة جديدة اثرت على ادق التفاصيل في حياة الشباب الجامعي، فقد كان لها دور بالتاثير على حق الشباب في الاختيار والتاثير على نمط معيشهم بفعل اطلاعهم على الثقافة

الغربية من خلال ما توفره الفضائيات من افلام وبرامج مختلفة تمكن الشباب من الاطلاع عليها بسهولة .

- **الانترنت**

يعتبر الانترنت من أهم وسائل الاتصال الحديثة والمتطورة التي تنقل الأفكار والآراء والثقافات عبر العالم بكل أبعادها، وقد انفردت الانترنت من بين وسائل الاتصال في سعة الانتشار والاستخدام، حيث تعتبر الأكثر انتشاراً ونمواً خلال السنوات القليلة الماضية بفعل السماح للاستخدام المنزلي للانترنت (القضاة، 2002، ص: 172).

وتشتق كلمة الانترنت (INTERNET) من (INTERNATIONAL NET WORK) وهي شبكة عالمية من الحاسبات الآلية تعرف أيضاً بشبكة الاتصالات العالمية، التي تسمح للكافة بالدخول إلى أعداد متزايدة باضطراد من المواقع الفردية على تلك الشبكة، وهي المواقع التي تقدم عملياً عن أي وكل شيء، فتشمل: محتويات الصحف، أسعار السلع في مختلف المتاجر بكل مكان، المكتبات العامة، الأخبار، الصور، وغيرها من الموضوعات المختلفة، هذا بالاضافة الى سهولة الاتصال المباشر من خلال ما يعرف باسم: مواقع الدردشة (Chat) التي من خلالها يستطيع الناس الاتصال ببعضهم البعض عبر الشبكة للتحدث عن كل شؤونهم .(القليني وآخرون، 2001، ص: 200).

وتكمن قيمة شبكة الانترنت في احتوائها على جميع وسائط الأعلام والاتصال وطرق البحث عن البيانات والمعلومات، وهي بصورة أو بأخرى تشكل البنية الأساسية لعولمة الأعلام والاتصال العالمي وتقنياتها الالكترونية (الدليمي، 2002، ص:118).

وقد ازداد تاثير الانترنت حيث اصبح يؤثر في الحياة إلى حد اللاعودة في الاعتماد عليها، وصارت جزءاً من الحياة اليومية على الصعيدين الشخصي والمهني، سواء في المنزل أو

العمل أو المدرسة، ونظراً لما توفره من تقديم خدمات وتبادل معلومات بأشكال وأساليب متنوعة من نصوص ورسومات وصوت وصورة للأشخاص والمؤسسات في جميع أنحاء العالم (رواقة، 2003 ، ص : 82).

وتشير الاحصاءات المنشورة على الموقع الالكتروني www.internetworldstate.com ان معدل نمو استخدام شبكة الانترنت في العالم ارتفع خلال الستة سنوات الماضية بمعدل 200% حيث وصلت نسبة السكان في العالم الذين يستخدمون شبكة الانترنت الى 16.7% من مجموع السكان، بحيث زاد عدد مستخدمي الانترنت في العالم عن المليار شخص في نهاية العام 2006.

وتشير دراسات موقع المرشدون العرب www.arabadvisors.com الى ازدياد الاعتماد على الانترنت في الحياة اليومية، حيث بلغت المملكة الاردنية الهاشمية المرتبة السادسة بين دول الشرق الاوسط في استخدام الانترنت بعد ان تضاعف عدد المشتركين اكثر من 18 مرة منذ العام 2002، حيث كانت اعداد المشتركين قبل هذا التاريخ 3 الاف فقط .

ويبين الجدول التالي الارقام الصادرة عن دائرة الاحصاءات العامة في التعداد العام للسكان والمساكن 2004 اعداد الاسر التي تملك اجهزة الحاسوب والاشتراك في خدمة الانترنت :

جدول رقم (3)

انتشار اجهزة الحاسوب واشتراك الانترنت لدى الاسر الاردنية /2004

اجهزة الحاسوب			اشتراك الانترنت		
اسرة لا تملك	734066	%78.35	اسرة غير مشتركة	887347	%94.72
اسرة تملك جهاز واحد	196560	% 21	اسرة مشتركة	46418	%4.96
اسرة تملك جهازين	5386	%.57	غير مبين	2964	%0.32
اسرة تملك اكثر من 3 اجهزة	717	0.07	المجموع	936729	%100
المجموع	936729	%100			

وتــــشير الاحــــصاءات المنــــشورة علــــى الموقـــع الالكترونــــي www.internetworldstate.com المتضمنة بيانات ومعلومات حول استخدام شبكة الانترنت في دول الشرق الاوسط مقارنة بعدد سكان تلك الدول ان نسبة استخدام شـبكة الانترنــت فــي المملكة الاردنية الهاشمية وصلت الى ما يقارب 12% من مجموع السكان، وان عدد مستخدمي الانترنت في الاردن مع نهاية العام 2006 وصل ما يقارب 630 الف مستخدم تمثــل حــوالي 3.3% من مجموع مستخدمي الانترنت في دول الشرق الاوسط.

وتشير الاحصائية التي نشرها ابراهيم علوش في صحيفة العرب اليوم لاكثر المواقــع الالكترونية مشاهدة من قبل مستخدمي الانترنت في المملكة الاردنية الهاشمية ان اكثر المواقــع اســتخداما علــى الانترنــت تبــدأ فــي الدرجــة الاولــى فــي الاطــلاع علــى محركــات البحث(YAHOO.HOTMAIL,GOOGLE) التي توفر خدمة البريد الالكترونــي مجانــا، وياتي بعد ذلك المواقع التقنية لشركة مايكروسوفت التي توفر برامج الكمبيوتر، ثم تاتي بعد ذلك مواقع الالعاب الالكترونية ومواقع شركات الهواتف الخلوية (نوكيا)التي يستخدمها المواطنون في انغام الهواتف النقالة، ثم ياتي بعد ذلك المدونات الشخصية، الرياضة، مواقع التعارف، الافــلام القصيرة، المواقع الدينية ومواقع شؤوون الاسرة ، وفيما يتعلق بالجامعات الرسمية كان موقــع جامعة اليرموك في المرتبة 27 ، وموقع جامعة العلوم والتكنولوجيا في المرتبــة 32، وموقــع الجامعة الاردنية في المرتبة 36 . (علوش، جريدة العرب اليومwww.alarabalyawm.net)

- الهاتف النقال Mobile Phone

تتقدم ثورة الاتصالات والمعلومات في خط صاعد متسارع، لا يمكن لعقل الإنسان تصور نهاية لها، فبعد أن كانت وسائل الاتصال في الماضي تهدف إلى نقل المعلومة وتبليــغ الخبــر اصبحت في زمن العولمة تحمل في ثناياها أهداف مبطنة، وقد هدف الهاتف النقال في البدايــة

لتسهيل عملية الاتصال وربط الأشخاص ببعضهم البعض وتحقيق أسهل طرق التواصل والاتصال .

أما الآن فلم يعد الهاتف النقال يستخدم للاتصال فقط، حيث اصبح بفعل الخدمات التي يقدمها الرفيق الذي لا يمكن الاستغناء عنه بعد ان اصبح يغني عن الكثير من الأشياء التي لو حملناها لاحتاجت إلى حيز وثقل يصعّب عملية التنقل بها، فقد اصبح يمكن الاعتماد عليه لاحتوائه على الانترنت والراديو والتلفزيون ومشغل الأقراص.

وقد ازداد الاعتماد على الهاتف النقال بعد ان استطاع الانسان من خلاله مواجهة تحديات الحياة العصرية التي تفرض عليه البقاء على اتصال دائم ومباشر بمصادر معلوماته وأماكن عمله ومعيشته، وهو الأمر الذي أدى الى التوسع في أجهزة المعلومات النقالة التي تشمل حالياً الهاتف النقال، وكمبيوتر راحة اليد، وذاكرة الجيب الاليكترونية، ويتسابق عمالقة صناعة الاتصال في دمج كل هذه الخدمات المعلوماتية في جهاز واحد يجمع بين الهاتف والتلفزيون والتعامل مع الانترنت بجانب، استخدامته بمنزلة كمبيوتر شخصي نقال (علي،2001 ، ص :118).

وينقل صالح أبو أصبع عن مجلة (بي بي سيBBC)العربية في مقالة بعنوان: المستقبل الرقمي للحوسبة والأجهزة المتعددة الوجوه "أن الجهاز المنحدر من الهواتف النقالة سيكون على الأرجح هو المفتاح الشامل للمستقبل الرقمي، إذ سيبقى في حالة تشغيل دائم، وسنحمله معنا باستمرار، وسيكون جاهزاً دائماً لتحريك عجلة التجارة بدءاً من شراء مرطب خفيف، إلى التجارة بالأسهم، وستضمن وظائف الحواسيب المحمولة باليد، وأجهزة النداء، وسيكون الصلة الرئيسية بشبكة الإنترنت، وسيتضمن مذياعاً شخصياً وتلفازاً ومشغلاً للموسيقى، ولن نكون

بحاجة إلى حمل وسائط تخزين، كما يمكن من خلاله معرفة المكان الجغرافي باستخدام نظام GPRS والخلايا المكروية" (أبو أصبع، 2005، ص : 216).

وقد تطور استخدام الهاتف النقال بحيث يمكن اتمام اي عملية اتصال تفاعلي من خلاله، حيث اصبح بالامكان بفعل الحزمة الواسعة المدمجة و استخدام الوسائط المتعددة Multimedia الاعتماد على جهاز واحد في استخدام الهاتف والإنترنت واستقبال التلفزيون والسينما بأسلوب تفاعلي Interactive بعد ان يتم شبك الهاتف النقال بمصادر المعلومات التي تعطي استجابات فورية من المصدر وهي ما تعرف باسم عملية الاتصال التفاعلي Interactive Communication (أبو أصبع، 2005، ص: 215).

ادى الاعتماد على جهاز بحجم الهاتف النقال الى اثار يمكن ملاحظتها في الوسط الاجتماعي لاي جماعة حيث يمكن الانعزال في مكان وعلى انفراد مع جهاز هاتف نقال، وإتمام العمل وتنسيق جدول المواعيد، وإرسال البيانات واستقبالها والتواصل عبر البريد الإلكتروني أو الاتصال الهاتفي، والاستمتاع بمشاهدة التلفزيون ببث حي، وكذلك الراديو، وإتمام عمليات البيع والشراء وغيرها من الخدمات عبر جهاز صغير، وبالتالي يقلل من تفاعل الأشخاص المباشر بينهم بسبب الاعتماد الكلي على التواصل مع الناس عبر الأجهزة الإلكترونية، فينعزل الشخص معها.

عندما انطلقت خدمة الهاتف الخلوي في السوق الأردني كان يطلق عليه لعبة الكبار و كان يحمل من قبل النخبة ورجال الأعمال وذلك بسبب ارتفاع كلفة الخدمة مقارنة بمستوى الدخل الفردي، وارتفاع سعر الأجهزة الخلوية كذلك.

تم إدخال خدمة الهاتف الخلوي GSM في الأردن في شهر حزيران 1995 بترخيص منح لمدة 5 أعوام للشركة الأردنية للاتصالات المتنقلة Fast-link ، تم بعدها منح شركة الاتصالات الأردنية ترخيص تشغيل خدمة الاتصالات المتنقلة تحت مسمى Mobilecom في عام 1999،

دخلت بعد ذلك شركة Express التي تغطي خدمة الاتصال اللاسلكي في الأردن لأول مرة في عام 2004، ثم شركة Omnia في عام 2005.

وبذلك اصبح في الأردن أربع شركات تقدم خدمة الاتصالات المتنقلة، وهو ما ادى إلى انخفاض أسعار تكلفة الاتصال، وتزاحم العروض من الشركات الأربع لتحقيق جماهيرية أوسع، وبعد مرور أكثر من عشر سنوات منذ ابتدأت الخدمة في الأردن أصبح الهاتف الخلوي أمراً عادياً يحمله جميع الأفراد على اختلاف مستوياتهم الاجتماعية، حيث يمكن ملاحظته بأيدي طلبة المدارس والجامعات والتجار ورجال الأعمال، حتى السباك والبقال وسائق السيارة.

وفي الاحصائية التي تم نشرها في صحيفة الغد الاردنية بتاريخ 2007/3/1 يتبين ان موشرات تطور سوق الاتصالات في المملكة الاردنية الهاشمية حيث يمكن ملاحظة الزيادة التي حصلت على كافة مؤشرات سوق الاتصالات وخاصة نسبة الانتشار التي وصلت في العام 2006 الى 69.7% على النحو التالي :

جدول (4) مؤشرات تطور سوق الاتصالات في المملكة الاردنية الهاشمية

ابرز مؤشرات سوق الخلوي في الاردن (2001- حزيران 2006)						
السنة	2001	2002	2003	2004	2005	2006
عدد مشغلي الخدمة	2	2	2	3	4	4
عدد مشتركي الخلوي (بالالف مشترك)	.86	1.19	1.296	1.629	3.142	3.826
نسبة انتشار الخدمة	%14.41	%23.48	%24.92	%30.45	%57.38	%69.07
معدل العائد الشهري من المشترك الواحد (دولار)	40	29.4	29.1	31.5	22.1	17.1

ومما ساهم في اتساع نطاق تاثير استخدام الهواتف النقالة في الاردن قيام الشركات بدعم خدمات الاتصال التفاعلي بأنواعها المختلفة، مما ساهم في انتشار أكبر للهواتف المتنقلة في

الأردن حيث ورد في تقرير التنمية البشرية عام 2004 أن عدد مشتركي الهواتف الخلوية فــي الأردن 229 لكل 1000 فرد، بينما عدد خطوط الهاتف الثابت تشكل 127 لكل 1000 فرد وأن عدد مستخدمي الإنترنت 58 لكل 100 فرد.

وتؤكد الاحصائيات الموجودة على موقع www.arabadvisors.com ان عدد مشتركي الهاتف الخلوي في المنطقة العربية 125.3 مليون مشترك يتبعون اكثر من 45 شبكة خلويــة، حيث بلغ هذه الرقم في المملكة الاردنية الهاشمية 4.3 مليون مشترك موزعين على اربع شبكات للهاتف الخلوي ، بينما يشير مسح استخدام تكنولوجيا المعلومات الصادر عن دائرة الاحصاءات العامة ان نسبة انتشار الهاتف الخلوي في الاردن 70-80% بين المواطنين، في حين تــشكل الاسر التي تملك الهواتف الخلوية 86% من مجموع الاسر في الاردن ، وتنفق الاسرة الاردنية شهريا 28 دينار على الهاتف الخلوي 23 دينار على الهاتف الثابت ، 16 دينار على الانترنت , حيث بلغت الفاتورة السنوية للاتصالات حوالي 555.6 مليون للعام 2006 بمعدل انفاق ســنوي للمشترك الواحد بمقدار 149 دينار ومعدل شهري 12.44 دينار ومعدل يــومي 0.41 دينــار. (صحيفة الراي الاردنية 2007/10/16)

وقد ازداد تاثير الهاتف النقال بين فئات المجتمع بعد استخدام الرسائل القــصيرة فــي الموبايل، حيث تعتبر الرسالة القصيرة وسيلة اضافية تزيد من العلاقات الشخصية وتساعد على المشاركة الجماهيرية الواسعة، حيث اصبحت الرسائل القصيرة بديلا عن التواصل الاجتمــاعي في معظم المناسبات، حيث تشير الاحصائيات ان عدد الرسائل القصيرة يبلغ معــدل 4 ملايــين

يوميا ارتفع الى 16 مليون في اليوم الواحد، ليصل الى 48 مليون في الفترة من عشية العيد الى اليوم الثاني. (صحيفة الراي 2007/10/16)

ومن الاثار التي رافقت انتشار الهاتف النقال في المملكة الاردنية الهاشمية ظهور عدد من الظواهر على المستوى الاجتماعي والثقافي والاقتصادي ، فقد ساهم انتشار الهاتف النقال في زيادة ثقافة الاستهلاك التي يضطر المرء بسببها الى متابعة احدث الاجهزة التي تقدم الخدمات المتجددة ، فقد اصبح من الطبيعي أن نجد شخصاً يحمل أكثر من جهاز نقال بسبب تنوع الشركات التي تزود خدمات الاتصال المتنقلة، وانخفاض تكلفة الاتصال واختلاف العروض المقدمة من الشركات التي تناسب الفئات الاجتماعية المختلفة واحتياجاتهم.

وتشير ارقام دائرة الاحصاءات العامة الى ان المجتمع الاردني شهد ارتفاع في اعداد الاجهزة المستوردة من الهواتف النقالة :

جدول (5) مستوردات المملكة الاردنية الهاشمية من الاجهزة الخلوية

مستوردات المملكة من الاجهزة الخلوية (2000- نوفمبر 2006)							
السنة	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
المستوردات بالمليون	20.1	36.7	32.4	56.2	118.8	210.3	238.8

دائرة الاحصاءات العامة

كما وأن معظم المشتركين يتوزعون بنسب كبيرة بين عمان وإربد والزرقاء ويشكل الذكور منهم ما نسبته 70% وتسيطر الفئات العمرية الأقل من 40 عاماً على 80% من إجمالي عدد المشتركين(http://www.Jordan.Jo/News/wmview.php?Atr=22134(15/12/2005 .

كما تتوزع معظم النسب من مشتركي الهواتف الخلوية في اعمار الشباب حيث ان 40-50 % من المشتركين هم من قطاع الشباب الذين لا تتجاوز اعمارهم 25 عاما . (صحيفة الغد الاردنية الاحد 12 /11/ 2006).

وقد زاد استخدام شبكة الهواتف النقالة في الجامعات الاردنية من خلال توفير خدمة ال UNIZOON التي تتيح للطلبة منذ دخولهم الى الحرم الجامعي التحدث مع زملاءهم داخل الجامعة بتعرفة مخفضة.

ثانيا: القيم الاجتماعية

أ: مفهوم القيم

القيم من المفاهيم الاجتماعية التي ترتبط بعدد كبير من المفاهيم الاخرى ، بالاضافة الى ارتباطه بعدد من العلوم المختلفة، حيث يمكن للباحث ان يجد تعريف (لمفهوم القيم) في العلوم الاقتصادية والجمالية والنفسية والدينية .

والقيم عبارة عن مجموعة أحكام يصدرها الفرد على البيئة الإنسانية والاجتماعية والمادية، وهذه الأحكام في بعض جوانبها نتيجة تقويم الفرد أو تقديره، إلا أنها في جوهرها نتاج اجتماعي استوعبه الفرد وتقبله، ويقوم باستخدمها كمحكات أو مستويات أو معايير يمكن أن تتحد في صورة مجموعة استجابات بالقبول أو الرفض إزاء موضوعات أو أشخاص أو أفكار (حسن، 1998، ص : 171).

ويعرف حليم بركات القيم الاجتماعية بانها تلك المعتقدات التي نتمسك بها بالنسبة لنوعية السلوك المفضل ومعنى الوجود وغاياته فهي تشكل مصدرا للمقاييس والمعايير والوسائل والغايات والاهداف واشكال التصرف المفضلة، وتعنى بتنظيم العلاقات الاجتماعية ، وتدعو الى

الامتثال المناقبي وتسوغ الواقع او تحرض على تغييره، وتتنوع بسبب تعدد مصادرها وتوجهاتها ومـــراميها فقد تتكامـــل في مـــا بينهـــا او تتناقض، وتتغيـــر بتغيـــر الاحـــوال والعلاقـــات. (بركات، 2000، ص: 637)

ويتبين من تعريف بركات أن القيم تتصل بنوعية السلوك المفضل، وبمعنـــى الوجـــود وغاياته، كما تعتبر المقياس الذي يوجه سلوك فنعتمده في عمليات إصدار الأحكام، والمقارنـــة، والتقويم، والتشريع، والاختيار.

ب: أهمية القيم

تنبع أهمية القيم من مدى تأثيرها في الفرد أو المجتمع، حيث يعتبر مفهوم القيم اساســـي في فهم المجتمع وجميع ما يتعلق به من ظواهر ومشكلات واهداف وغايات، وبذلك تعتبر القيم تعبيرا عن واقع اجتماعي واقتصادي في مرحلة تاريخية معينة، وهو محصلة للعلاقات التفاعلية بين الناس الفاعلين في المجتمع ومختلف النظم الاجتماعية القائمة، ويختلـــف النـــسق القيمـــي باختلاف مرحلة التطور الاجتماعي بصفة عامة.(مليكة1979، ص : 64).

وتكاد تكون الحياة الاجتماعية مستحيلة بدون القيم، لانها اساس قيام النظام الاجتمـــاعي بوظائفه، وهي مهمة لاستمراره بحيث يحقق أهداف الجماعة، ولا يمكن لاي نظام اجتماعي ان يحقق لافراده ما يريدون وما يحتاجون اليه من الآخرين على أسس شخـــصية وثقافيـــة بغيـــر القيم.(جابر والخضري، 1978،ص : 227).

اما على المستوى الفردي تعتبر القيم اساسية حيث يحتاج اليهـــا الفـــرد فـــي تفاعلـــه الاجتماعي لانها تعتبر بمثابة موجهات لسلوكه، كما تشكل القيم مكوناً هاماً من مكونات مفـــهوم الـــذات ومـــحدداً رئـــيسياً للســـلـــوك، فلكل فـــرد نـــظام قيمي يحـــكم ســـلوكه، ويعكـــس

بشكل أو بآخر اهتماماته، وحاجاته، والنظام الاجتماعي والثقافي الذي يعيش فيه.(البطش وجبريل، 1991 ص : 45).

وتعد دراسة القيم السائدة في المجتمع من الدراسات المهمة، إذ تكشف عن مدى تقدم المجتمع أو تخلفه، وبالتالي فان التعرف على طبيعة القيم من اجل الكشف عن القيم المتنوعة في ثقافة المجتمعات يساهم في فهم مسار التغير فيها، وتوجيه عملية التنمية وجعلها في مصلحة المجتمع.(الدقس و ابو حوسه،1993 ص : 91) كما تعد القيم في دراسات التغير الاجتماعي مقياس مهم في الكشف عن المدى الذي يذهب إليه التغير الاجتماعي، وفي تحديد اتجاهاته الأساسية(غيث،1967، ص: 68).

حظي موضوع القيم باهتمام عام من قبل العلوم الإنسانية وعلم الاجتماع بشكل خاص، وقد اكد كبار علماء الاجتماع في أعمالهم على أهميتها في سلوك الأفراد واستمرارية المجتمع وتغيره(بيومي،2002، ص: 58)، ولا يعود هذا الاهتمام الى بدايات علم الاجتماع في اوروبا، ولكنه يرجع الى عصر عالم الاجتماع العربي " ابن خلدون" الذي اكد على أهمية القيم في حياة الجماعة، وتأثيرها بالبيئة وبالاجتماع، وضرورة كسب العيش، وقد عبر عنها بمفردات مختلفة مثل طبائع، شمائل، خصائص، وازع، وكلها تعبر عن القيمة، ولذلك فان الإنسان يكتسب طبعه من بيئته، وما يتأثر به من علاقات اجتماعية مختلفة، اسماها ابن خلدون بالعوائد والمألوف وهي تحدد مسلك الإنسان في المجتمع، حتى مسلكه هذا يكتسبه ثم يصبح يمارسه بشكل تلقائي وطبيعي دون تكليف أو تصنع.(قسام،1998، ص: 92).

واهتم علماء الاجتماع الأوروبيين بموضوع القيم خلال القرن التاسع عشر من خلال مناقشات وأفكار إصلاحية تدور حول طبيعة المجتمع القائم وما ينتابه من مشكلات وما ينبغي ان

يكون، وهو المجتمع الذي يشكل مثالاً أو إطار قيمياً يمكن من خلاله الحكم على مختلف تفاعلات المجتمع القائم، وكان مرجع هذه المناقشات والأفكار التغيرات الاجتماعية والاقتـصادية التـي صاحبت ظهور علم الاجتماع في أوروبا. فالثورة الفرنسية والثورة الصناعية أحـدثتا تغيـرات جذرية في المجتمع مما جعل اهتمام علماء الاجتماع يتوجه لدراسة القيم الاجتماعية، محـاولين إيجاد أسباب تغيرها وفي الوقت نفسه إيجـاد بـدائل لتحـل محـل الـروابط والمعنويـات القديمة.(مصطفى،1997، ص : 27) .

الفصــل الثالث : النظريات والدراسات السابقة

اولا: نظرية الدراسة

تناولت نظريات علم الاجتماع تغير القيم وارتباطها بالتغير في النظام الاجتماعي، ونمط التركيب السائد في الجماعات البشرية، وذلك لان القيم الاجتماعية من أهم العوامل التي نتج عنها تطور الإنسان الاجتماعي الحضاري، فتغير المجتمع ككل رهن بتغير النظام الذي يسود العلاقات بين أفراده، وتغير النظام يشكل فرصة لتغير الاتجاهات والقيم والمفاهيم والولاءات عند الأفراد.(ابيض،1984، ص : 36)

ويرى علماء الاجتماع أن وسائل الاتصال تعكس طبيعة البناء الاجتماعي والقيم الاجتماعية لمجتمع ما، ففي الوقت الذي تقوم بدورها كهيئات أو أدوات للتغير الاجتماعي، بالإضافة إلى ما تميزت به عمليات الاتصال من طبيعة معقدة، مما ينتج أن وسائل الاتصال تعتبر سبباً ونتيجة في الوقت ذاته.(جابر،1996، ص: 64).

من هنا نشأت علاقة علم الاجتماع بوسائل الاتصال، وقد تبنت العديد من نظريات علم الاجتماع تحليل وسائل الاتصال وتفسيرها، ويشهد التراث العلمي في علم الاجتماع عدد من النظريات والمداخل النظرية التي تعالج وتفسر العادات والتقاليد والقيم وأنماط السلوك التي تتشكل لدى الفرد بانتقاله من مرحلة الى اخرى في حياته والتي تختلف عن العادات والتقاليد والقيم وأنماط السلوك التقليدية الموجودة في المجتمع، كما توجد عدد من النظريات الاخرى التي تفسر هذا التغير في القيم والعادات بسبب وسائل الاتصال.

وتعتبر النظرية المادية التاريخية من النظريات التي يمكن ان تؤطر التغيـرات القيميـة التي تحصل بفعل التطورات التكنولوجية، حيث سيتم استعراض ابعاد هذه النظرية مـن خـلال تناول عناصرها الاساسية في دراسة المجتمع :

أ. المادية التاريخية:

تشكل المادية التاريخية الجزء المكون للفلسفة الماركسية اللينينية، وهي العلم الذي يـدرس القوانين العامة للتطور الاجتماعي وأشكال تحققه في نشاط الانسان التاريخي، وقد احدث تطـور المادية التاريخية ثورة أساسية في الفكر الاجتماعي حيث أصبح في الإمكان تشكيل نظـرة ماديـة متماسكة – للعالم ككل – المجتمع والطبيعة على السواء من ناحية، ومن ناحية أخرى كشف الأساس المادي للحياة الاجتماعية والقوانين التي تحكم تطورها، وبالتالى تطور الجوانـب الأخـرى للحيـاة الاجتماعية التي يحددها هذا الأساس المادي.

وتتكون بذلك الماركسية من شـقين متكـاملين همـا الماديـة الجدليـة Dialectical Materialism والمادية التاريخية Historical Materialism ، والموضوع الاساسي للمادية الجدلية هو القضية الفلسفية الاساسية التي تدور حول علاقة الوعي بالوجود، وموقـف الفلـسفة الماركسية من هذه القضية محدد بوضوح فهي تسلم بأن المادة والوجود اساس الوعي او الفكر. (احمد:1985،ص:146) ويعتبر الجدل عند ماركس عملية تقع في قلب التاريخ، ويعبـر عـن طبيعة العلاقة والتفاعل بين عدد من العناصر الواقعية. (الجوهري وآخرون،1986،ص:14) .

وينطلق ماركس من افتراض اساسي حول العلاقة بين الوجود والفكر، وذلك بـافتراض اولوية الوجود على الوعي، وبهذا يصبح الفعل الانساني وما يترتب عليه من واقـع اجتمـاعي

اساس تشكيل وعي الافراد والوعي الاجتماعي، وبهذا يتم تفسير طرق التفكير وانماطه بالعلاقات الاجتماعية القائمة، ويمثل هـذا التوجـه اسـاس التفـسير المـادي للعمليـات التاريخيـة. (عثمان،1999 ، ص: 348) .

ب: البنى المكونة للمجتمع والتغير الاجتماعي

تبني المادية التاريخية فهمها للمجتمع وعملية التغير الاجتماعي الذي يحصل في اطاره من خلال الفهم الماركسي للبنى التي تكون المجتمع والتي تنقسم الى البنائين او المستويين الفوقي والتحتي، وما يسود هذه البنى من علاقات وما تنبثق عنه من تناقضات تؤدي الـى الـصراع والتغير .

وبذلك تتألف التشكيلات الاجتماعية التاريخية من مستويين مترابطين فـي علاقتهمـا الجدلية، هما، المستوى الفوقي أو البنية الفوقية، والمستوى أو البنية التحتية، ويتضمن المستوى الفوقي الافكار الحقوقية والسياسية والافكار والفنون عامة، أما المستوى التحتي الاساسي فتمثله قوى الانتاج، والتي تشكل القاعدة الاقتصادية. (عثمان،1999، ص: 349) .

ويشير ماركس الى كل من قوى الانتاج وعلاقات الانتاج باعتبارهما المكونات الماديـة لعملية الانتاج ، وقوى الانتاج هو كل ما يدخل في عملية الانتاج سواء ما هو مستمد من الأرض والطبيعة، أو مستمدا من آلات أو معدات أو تكنولوجيا (رأس مال) ، أو عمل انساني عـضلي كـان أو ذهنـي عقلـي ، أو إداري تنظيمـي .

اما علاقات الانتاج هي التعبير الماركسي عن علاقات الملكية، حيث تمثل علاقات الانتاج هـذه البنيان التحتي للمجتمع والأساس المادي الذي يبنى عليه . وبذلك يكون البنـاء الفـوقي ؛ هـو

المنظومة القيمية للمجتمع ، أو بتعبير معرفي نسبيا يمكن القول إن البناء الفوقي المعنـــوي هـــو جملة القوانين والعادات والأعراف والمعتقدات الدينية والأخلاق والقـــيم و النظـــام الـــسياسي، وبذلك تتشكل القاعدة المادية للمجتمع التي يمثلها اسلوب الإنتاج والذي بدوره مكون من قـــوى الإنتاج والبنية التحتية للأسلوب وهي علاقات الإنتاج، بالاضافة الى البنية الفوقية بما فيها مـــن نظم ضابطة للمجتمع دينيا واخلاقيا وسياسيا وقانونيا، وهذا البناء ككل هو الذي اطلـــق عليـــه ماركس مصطلح التشكيلة الإجتماعية الإقتصادية.

ويعتبر ماركس ان عمليات التغير، وحركة التاريخ، ترتبطان اساسا بالقاعدة الاقتصادية وتغيرها، وبشكل خاص بتبدل العلاقة بين قوى الانتاج وعلاقاته، فالاســـاس وجـــود علاقـــات متوازية بين الطرفين، لكن قوى الانتاج تتبدل بسرعة ولا ترافقها تغيرات متوازيـــة لعلاقـــات الانتاج، فتصبح العلاقات القديمة عقبة في طريقة تقدم قوى الانتاج، مما يؤدي الى قيام تنـــاقض بين قوى الانتاج وعلاقاته، ويؤدي هذا التناقض الى قيام تناقض آخر في البناء الاجتماعي، اذ ترتبط مصالح مالكي وسائل الانتاج بالعلاقات القديمة، بينما ترتبط مصالح العـــاملين بتغيرهـــا واستبدالـــــها بعـــــلاقات جـــديـــــدة، وهنـــا يبـــدأ تـــشكل الطبقـــات والـــصراع الطبقـــي. (عثمان،1999ص :350).

لقد لخص ماركس النتائج التي توصل اليها في مقطع من تقديم "مساهمة في نقد الاقتصاد السياسي" يقول فيه: "يدخل البشر عند انتاجهم الاجتماعي لوجـــودهم فـــي علاقـــات محـــددة، ضرورية، مستقلة عن ارادتهم، وهي علاقات انتاج تناسب درجة محددة مـــن تطـــور قـــواهم الانتاجية المادية، وجملة علاقات الانتاج هذه تكون البنية الاقتـــصادية للمجتمـــع، اي القاعـــدة

الملموسة التي تنبني عليها بنية فوقية قانونية وسياسية، والتي تناسبها اشكال معينة من الـوعي الاجتماعي، ان نمط انتاج الحياة المادية يكيف سيرورة الحياة الاجتماعية والـسياسية والفكريـة بصفة عامة، وليس وعي الناس هو الذي يحدد وجودهم، بل يحدد وجودهم الاجتماعي وعـيهم، ان قوى المجتمع الانتاجية المادية في مرحلة ما من تطورها تكون في تنـاقض مـع علاقـات الانتاج الموجودة او مع ما ليس الا تلك المرحلة، وبعد ان كانت هذه العلاقات اشـكال تطـوير للقوى الانتاجية تصبح قيدا لها. (لبيب،1987ص : 28) .

وتؤدي العلاقات الانتاجية الدور الرئيسي في نظام علاقات الناس الاجتماعية كله، وهي تؤلف قاعدة المجتمع الاقتصادية، القاعدة هي ذلك الاساس الذي تنشأ عليه الافكار الاجتماعيـة والمؤسسات السياسية والحقوقية والثقافية وغيرها من المؤسسات الاجتماعية، اي كل ما ندعوه بالبناء الفوقي. (بودوستنيكوسبيركين،1981، ص: 34)

بمعنى ان التغير الذي يحدث في الجوانب الثقافية في البناء الاجتماعي مرتبط بـالتغير الذي يطرأ على البناء التحتي، لان عملية التغير تعتمد على التغير في المستوى التحتي اساسـاً، والذي يترتب على التغير فيه تغيرا في المستوى الفوقي، وبذلك تكون القاعدة الاقتصادية اساس النمـط الاجتماعي القائم الذي يؤدي الى تغير اوجـه الـحياة الاجتمـاعية الاخـرى. (عثمان، 1999، ص : 349) .

وهنا لا بد من الربط بين معطيات البنى الفوقية ومعطيات البنى التحتية، حتى لا تفهم نظرية البنى الفوقية على انها تتضمن تفكيكاً للوحدة الموجودة بين المستويين، لان الوحدة هنـا

تعني ان معطيات البنى الفوقية في ذلك الانتاج الثقافي لا يمكن تفسيرها تفسيراً ذا حد ادنى من الدلالة السيسيولوجية دون ارجاعها الى معطيات الواقع الاجتماعي.(لبيب،1987، ص :27).

ويشكل الصراع الطبقي مادة دينامية دافعة للعملية الجدلية، فان العلاقات السببية لا تنقطع، حيث يصبح كل نسق-من خلال عملية انهياره- الاساس الحتمي الذي يهب الميلاد للنسق الجديد، ومن الطبيعي ان يتضمن هذا التطور بعدا تاريخيا واضحا يركز على مجموعة شروط الانتاج ، ويحدد ماركس مجموعة من الشروط هذه بعنصرين: الاول، يتمثل بالتكنولوجيا الصناعية حيث تطورها له الطابع الاحادي، وتكمن اهميتها الرئيسية في طبيعة علاقتها بالتنظيم الاجتماعي، ولهذا العنصر طابع الاستمرار في اطار العملية الجدلية.(الجوهري وآخرون 1986،ص:28)

وترتبط درجة تغير البناء الفوقي بتغير الاساس الاقتصادي، ولذلك يخضع البناء الفوقي الشامل بكامله لتحول أو تغيير بنفس الدرجة، اذ مستوى قوى الانتاج هو الذي يحدد المستوى العام للثقافة والمعرفة الايديولوجية، وللتغيرات في البناء الفوقي صلة بالافكار كالدين والقانون والفكر والنظرية، فتغيرها يعتبر مجرد انعكاسات للتغيرات في الاساس المادي. (الجوهري وآخرون،1986، ص: 26)

ت: التغير القيمي في المادية التاريخية

يشكل التكوين السابق اساس لفهم التحليل الماركسي للتغير في المجتمع والذي يؤدي في النهاية الى التغيرات في البناء الفوقي بما فيها القيم التي تتغير استجابة للتغيرات والتطور التكنولوجي الحاصل في البناء التحتي.

اهتمام ماركس انصب على العلاقات التي تحدث بين البناء الفوقي في التكوين الاجتماعي الاقتصادي للمجتمع وبين البناء التحتي الذي تحدده علاقات الانتاج في مرحلة تاريخية محددة ، وبالتالي تشغل القيم الاجتماعية مكانها كجزء من البناء الفوقي، وبالتالي ركز ماركس اهتمامه على الثورة البروليتارية التي تؤدي الى تغيرات كثيرة في القيم الاجتماعية في نتيجة التغيرات التي طرات في البناء التحتي وبدونها لا يمكن احداث هذه التغيرات (مصطفى، 1997، ص : 27).

وتعتبر القيم جزء من الثقافة التي تتغير استجابة لحاجات الانسان في المجتمع ، لذلك ولكي تكون عملية التغير ناجحة لا بد من تحقيق التكامل بين عنصري الثقافة: المادي الذي يشمل وسائل الانتاج والتكنولوجيا، والعنصر المعنوي الذي يشمل النظم الدينية والسياسية والاقتصادية والافكار والمعايير والقيم الخلقية...الخ. (زهران، 2000 ص : 279).

ويرتبط التغير في القيم بحاجات الانسان في المجتمع لانه ياتي استجابة للتطور الحاصل في البناء التحتي وما يرافقها من تطورات تكنولوجية ، وتتلخص رؤية ماركس الى الحاجات من خلال ما يلي :

– يرى ماركس انه يمكن النظر الى عملية الانتاج من زاويتين، كعلاقة بين الانسان والطبيعة من جهة وكعلاقة بين الانسان والانسان من جهة ثانية، فالانسان كائن طبيعي، يتفاعل مع الطبيعة، ويستخلص منها الوسائل التي تمده بالحياة، وهو لا يجد تلك الوسائل في حالة تصلح للإستخدام المباشر في اغلب الاوقات، فبعمله يغير اشكال الموارد التي يجدها في الطبيعة بطريقة تجعلها نافعة،(رمزي1996،ص: 125)

- ان انتاج الوسائل تمد الانسان بمقومات الحياة، اي النشاط الاجتماعي، وتبادل الاشياء المنتجة هي اساس كل البناء الاجتماعي (المرجع السابق، ص: 131) ويحقق ذاته من نـشاطه الانتاجي، فيشبع حاجاته، ويأخذ بعين الاعتبار اشباع حاجات الاخر، فيدخل النـــاس بعلاقــات محددة، هذه العلاقات الانتاجية تفرض نفسها على الافراد ولا تتوقـف علـى مـــواقفهم او او قبولهم، فتشكل قوى وعلاقات الانتاج الاساس الاقتصادي او البناء التحتي .وتتمثل قوى الانتـــاج في مجتمع معين في طاقته على الانتاج التي تتحدد من ناحيتي الكم والكيف بالمعرفـــة العلميـــة ودرجة التطور التكنولوجي وتنظيم العمل الاجتماعي. (رمزي1996 ص: 128)

ثانيا: الدراسات السابقة

أ: الدراسات الأجنبية :

أجرى (سينغ-جن مون SEUNG-JUN MOON) (2004) دراسة بعنوان ، (immigration, acculturation, and mass media effects, cultural values, and evolutions of Caucasian and Asian advertising models الهجرة، التنشئة وتاثير وسائل الاتصالات، القيم الثقافية وتطور النماذج الاعلانية الاسيوية والقوقازية) وهدفت هذه الدراسة الى معرفة كيف يؤثر التعرض لوسائل الإعلام على القيم الثقافية الاستهلاكية للشعب الكوري، وكيف أن بعض القيم الاجتماعية المختلفة تؤثر على تقبل قيم الثقافة الأمريكية من خلال استجابة الأفراد للمثيرات الإعلانية، وقد تم اختبار تأثير وسائل الإعلام واستجابة الأفراد لها بطريقة الدراسة متعددة الثقافات التي أتاحت للباحث مقارنة استجابة الكوريين الذين يعيشون في كوريا مع أولئك المهاجرين الكوريين الذين يعيشون في أمريكا، لمعرفة تأثيرها على من يعيشون ضمن مجال ثقافتهم وأولئك الذين يعيشون بعيداً عن ثقافتهم وأصبحوا جزءاً من ثقافة مختلفة في دول مختلفة، وخلصت الدراسة في نتائجها الى أن الذين لا يعيشون في محيط ثقافتهم يكون تأثير وسائل الإعلام على قيمهم واستعدادهم لتقبل الثقافة الأمريكية اكثر من أولئك الذين يعيشون في إطار ثقافتهم حيث تكون نسبة التغير الثقافي اقل.

وقد أجرى ويندي ونغ Wendy Wong (2000) دراسة تحليلية عن الحملات التلفزيونية خلال فترة السبعينات والثمانينات في هونغ كونغ، بعنوان بروز الثقافة الاستهلاكية في المجتمع الصيني The rise of consumer culture a chainess society .

وهدفت الدراسة الى توضيح الكيفية التي أصبحت فيها الثقافة الاستهلاكية مماثلة للأيديولوجية العملية للرأسمالية على اعتبار أنها ممارسة يعيشها ويمارسها الملايين من الأفراد من سكان الدول الغربية ومن التجمعات الاجتماعية الأخرى.

وأظهرت نتائج الدراسة تأثير الوظائف الإيديولوجية للإعلان، وتأثير وسائل الاتصال بشكل عام، ومساهمتهما في نمو ثقافة العولمة في هونغ كونغ، وفقد أبرزت النتائج أن الثقافة الاستهلاكية الرأسمالية أدت الى تعديل القيم التقليدية للمجتمع بالشكل الذي يتماثل مع القيم التي يتطلبها الفكر الرأسمالي الاستهلاكي، وأنه ليس فقط أن تطور الرأسمالية يتطلب هجر أو استبدال القيم التقليدية ولكن كذلك أن عملية التحديث في هونغ كونغ كانت عملية توجه نحو الغرب، وأن الثقافة الاستهلاكية الجديدة نمت من بقايا القيم الثقافية والمثاليات التقليدية لهذا المجتمع وجلبت معها ليس فقط عادات استهلاكية بل تغيرات أساسية في القيم .

ومن الدراسات التي تم إجرائها لمعرفة تأثير وسائل الإعلام على العائلة، دراسة قام بها (مورغان واخرون1999 .Morgan et al) بعنوان التلفزيون والقيم العائلية، الاتصال الجماهيري والمجتمع Television and Family Values. وقد هدفت هذه الدراسة الى معرفة أثر البرامج التلفزيونية على القيم العائلية، و إلى أي مدى ينمي التلفاز القيم التقليدية، وقد اعتمد الباحثان في نتائجهما على تحليل البرامج ذات نسبة المشاهدة الأعلى من قبل العائلات، وما تضمنته من قيم حديثة.

وقد اظهرت نتائج هذه الدراسة، أن التغير يرتبط بمدى مشاهدة نوعية البرامج، وساعات المشاهدة، حيث تبين أن أولئك الذين يقضون وقتاً اكبر في متابعة التلفاز يكونون أكثر عرضة

للقيم غير التقليدية، وبالتالي فإن درجة تقبلهم للقيم الحديثة اكبر، ويـرتبط ذلـك بالخـصائص الديمغرافية، وأن الأشخاص الذين تقل ساعات المشاهدة لديهم قابلية أقل للقيم الحديثة.

وقد أجرى سيكو كانغ Seco Kang (1999) دراسة بعنوان العلاقة بين مشاهدة التلفاز والتوجهات القيمية عند الطلبة اليابانيين The relation between television viewing and values orientations of Japanese students ، وقد هدفت الدراسة الى معرفة العلاقة بين مشاهدة التلفاز والتوجهات القيمية عند الطلبة اليابانيين، كما هدفت الى معرفة العوامل الثقافيـة والاجتماعية المؤثرة على التفضيلات القيمية للطلبة، ومعرفة العلاقة بـين مـشاهدتهم للتلفـاز وتوجهاتهم القيمية، وتفحص أهمية جميع العناصر الاجتماعيـة والثقافيـة التـي تـؤثر علـى التفضيلات القيمية للطلبة اليابانيين، وتم تطبيق طريقة نظرية التركيب القيمي العالمي التي قدمها (Schwarts and Bikky) على الاتصال الشامل على طلبة الكليات فـي اليابـان (طوكيـو) متضمنة تعيين أي القيم يعتقد أنها مرتبطة بأنواع قيمة معينة من قبل العينة.

وتشير النتائج إلى أن تفضيل الطلاب لبعض القيم على البعض الأخر يكون بتأثير نوع البرامج التي يتعرض لها، حيث أنه من الممكن أن تتكامل أو تتصارع مع أنواع أخـرى مـن القيم.

ب : الدراسات العربية:

أجرى عبد العزيز كمال (1994) دراسة استطلاعية في المجتمع القطري بعنوان "أثـر التلفزيون على النشء والشباب" عام ، وقد هدفت هذه الدراسة الى معرفة أثر البرامج التلفزيونية على الأطفال والشباب من خلال آراء المشاهدين الذين يطلعون على هذه البرامج، كما هـدفت الى التعرف على حجم ووقت المشاهدة والبرامج المفضلة وتنظيم أوقات المشاهدة، ومدى تـأثر الطفل أو الشاب بما يشاهده وموقفه من مشاهد العنف، والتعرف على سلوك الطفل أو الـشاب وممارسته أثناء المشاهدة، ومدى تأثير مشاهدة التلفزيون على المعلومات العامة للطفل أو الشاب ومستوى تعلمه وتحصيله الدراسي، وعلى ممارسته لهوايات أخرى، كما هدفت الدراسـة الـى معرفة آراء أولياء الأمور بشان أنماط وعادات مشاهدة أبنائهم للتلفزيـون وأثارهـا الإيجابيـة والسلبية عليهم.

تكونت عينة الدراسة من ثلاث فئات رئيسية هي الأطفال (600) طفلاً، الشباب (600) شاباً أولياء الأمور (300) أباً وأماً، تم اختيارهم بطريقة عـشوائية طبقيـة، وجمـع البيانـات بالاستبانات لكل فئة.

وتوصلت الدراسة الى أن الغالبية العظمى من العينة تشاهد التلفزيون يومياً حيث كانـت مبررات المشاهدة مرتبة حسب الاهمية على النحو التالي: القضاء على العزلة، التسلية والترفيه، شغل أوقات الفراغ، وعند سؤالهم عن البرامج المفضلة كان اختيار الاطفال لبرامج الأطفال ثـم البرامج الترفيهية، أما الشباب فقد ركزوا على البرامج الترفيهية ثم البرامج الثقافية، كما كـان من نتائجها ان غالبية الشباب لا يتأثرون بينما غالبية النشئ يتأثرون، وبالنسبة لاكثر ما يمكن ان يتعلمه كانت برامج المعلومات العامة ثم جاءت البرامج التي تعلم أمور الـدين، ثـم الترفيـه والتسلية، وتعلم اللغة العربية.

أما دراسة يوسف محمود (1990) بعنوان "التغير القيمي لدى طـلاب الجامعـة خـلال ثلاثين عاماً" ، هدفت إلى التعرف على التغير القيمي لدى طلاب الجامعة على امتداد فترة زمنية تتعدى الثلاثين عاماً، ولتحقيق هذا الهدف اعتمدت الدراسة على نتائج الدراسة الميدانيـة التـي أجراها (إبراهيم كاظم) على عينتين من طلاب جامعة القـاهرة 1958، 1962، إلـى جانـب اختيار عينة من الطلاب الملتحقين بالجامعة خلال فترة اجراء الدراسة، ومن خلال المقارنة بين نتائج الدراسات تم اختيار عينة الدراسة من طلاب العام الدراسي 89/88 من طـلاب جامعـة القاهرة من كليتي العلوم والآداب، وعددهم (18) طالباً و (21) طالبة، بعد تطبيق سـير حيـاة (10) طلاب منهم.

وخلصت هذه الدراسة في نتائجها الى أن هناك تغير قيمي بالاتجاهين (سلبي وايجـابي) خلال فترة ثلاثين عاماً، ومن أسباب هذا التحرك، الحراك الاجتماعي المتسارع، بالإضافة الـى العوامل والتغيرات الأخرى سياسياً واجتماعياً واقتصادياً وتعليمياً.

وقد ظهر أن التغير الايجابي كان في التأكيد على بعض القيم، وهبوط التأكيد على الـبعض الآخر، ومن القيم التي كان التغير فيها ايجابيا، اتجاههم لتأكيد الأخلاق وتمسكهم بالدين والعبادة وحرصهم عليها، وتأكيدهم على الطهر والعفة والطاعة، وحرصهم على العمل لتحقيـق حيـاة كريمة، وتأكيدهم على قيم الشجاعة والتصميم في مواجهة المواقف الصعبة أو التحديات.

أما السمات السلبية فكانت تتركز في اتجاههم للاهتمام بالمظهر بصرف النظر عن الجوهر بالنسبة لقيم العمل، والافتقار لروح المغامرة بالسعي نحو اكتساب خبرات جديـدة، وتفـضيل الحلول الجاهزة لمشكلاتهم والاستهتار بقيم هامة مثل الانتماء وحب الوطن.

وقد أجرت نادية رضوان 1997 دراسة تتبعية حول مجموعة من الشباب (5 ذكور، 5 إناث) في المجتمع المصري، خلال الفترات 1984-1989، 1989-1994، حيث ساهمت هذه

الدراسة في محاولة لرصد مشكلات وهموم المجتمع المصري، والصراعات الدائرة بين القيم الثقافية التقليدية، وبين التغيرات البنائية التي طرأت على المجتمع المصري في العقود الأخيرة.

وقد كانت نتائج هذه الدراسة مقسومة الى ثلاثة أجزاء حسب المجموعات التي طبقت عليها الدراسة، ففي نتائج الدراسة التي اجريت عام 1984 تبين أن :

- التغير الاجتماعي أدى إلى خلق أوضاع ثقافية وقيمية جديدة اتجهت نحو التركيز على القيم المادية، وبالتالي أدت إلى تهميش القيم الاجتماعية للمجتمع، وقد ترتب على ذلك أن واجه الشباب اشكالا من التناقضات والصراعات القيمية التي ادت لان يكون طرفاً فيها.
- كان لوسائل الإعلام دوراً بارزاً في تغير معايير ومفاهيم القيم الاجتماعية في مصر، حيث تدعم القيم الاقتصادية والاستهلاكية والمادية، مما ينعكس على الشباب ممن لا تمكنهم قدراتهم المادية مسايرة تلك القيم.

أما نتائج الدراسة 1984-1989 فقد أظهرت ان :

- تغير قيم العمل بالنسبة لبعض الشباب نتيجة لسيادة القيم المادية حيث ان قيمة اي عمل بالنسبة لهم مساوية للعائد المادي الذي يحققه العمل بغض النظر عن أهميته أو حيويته.
- تغيرت نظرة الشباب إلى الوظيفة التقليدية ذات المكانة العالية، وذلك بسبب ارتفاع نسب البطالة.
- تحول قيم العمل المنتج إلى قيم سلبية تتمثل في قيم الربح السريع، أو الشراء على حساب الآخرين بدون جهد أو بجهد غير شرعي.
- انغماس الشباب بقيم سلبية جديدة كالرشوة والكسب غير المشروع ...الخ.
- تغير واضح في قيم الزواج، مثل الفروق بين الزوجين، دور الأسرة التقليدي وتخليهم عن شروط الزواج التقليدية، سعياً وراء المصالح المادية.

اما نتائج الدراسة 1989-1994:

- انعكاس القيم المادية على أنماط الاحتفالات بالمناسبات العديدة في حياة الأسرة.
- لا تفضل الأسر الحضرية فكرة الابن الوحيد، وتتدخل القيم التقليدية المختلفة فيما يتعلق بحجم الأسرة المرغوب فيه، حيث تتفق أو تتصارع اتجاهات الزوجين بالنسبة لأحجام أسرهم.
- على الرغم من خروج المرأة للعمل لأسباب اقتصادية ومحاولتها لإضافة دخل جديد للأسرة إلا أن القيم التقليدية لا زالت تحول دون مشاركة الزوج للمرأة في الأعمال المنزلية والتي اتفق عرفياً على أنها من الأدوار الأنثوية.

قام الخضري (1978) بإجراء دراسة بعنوان" قيم الطلاب والطالبات أثناء مرحلة التعليم المختلفة في قطر"، حيث هدفت الدراسة الى معرفة اختلاف قيم الطلاب والطالبات أثناء مرحلة التعليم المختلفة، ودراسة التغير واتجاهه نحو القيم المنبثقة أو العصرية أو العكس، ومعرفة ما يتعرض له الطلاب من تأثيرات العلم الحديث خلال المرحلة الجامعية، كما هدفت الى معرفة اذا كان يوجد فروق في القيم لدى الجنسين وفي أي اتجاه، وهل التغير في القيم يحصل للطلاب القطريين وغير القطريين، وفي أي مجالات القيم تكون الفروق المختلفة أوضح من غيرها.

وتم استخدم مقياس القيم الفارق في هذه الدراسة، وتم تطبيقه على مجموعات متعددة من الطلاب بحيث مثلت المجموعات التي تم اختيارها عدد من طلاب المراحل الإعدادية والثانوية والجامعية بمختلف مستوياتها، وكان حجم العينة (656) طالباً وطالبة موزعين على مختلف الجنسيات القطرية والعربية والأجنبية لأغراض المقارنة.

وتوصلت هذه الدراسة إلى النتائج التالية :

- يحدث تغير في بعض قيم الطلاب والطالبات مع التقدم في مراحل التعليم من الإعـدادي وحتى الجامعة، ويكون اتجاه التغير نحو التمسك بالقيم التقليدية، أكثر من أن يكون نحو القيم العصرية.
- تكون النسبة الأكبر من هذا التغير في قيم الطلاب أثناء التعليم الجامعي، ويكون التغيـر اكبر بين السنتين الثانية والثالثة من الدراسة الجامعية، ويتجه هذا نحو القـيم الأصـيلة التقليدية.
- التغير في قيم طلاب الجامعة واضح في مجالات النجاح في العمل والاهتمام بالمستقبل، والتشدد في الخلق والدين، بينما لم يوجد تغير في قيم استقلال الذات في مقابل مـسايرة الآخرين.

دراسة جابر (1962) بعنوان "التغير الذي يطرأ على قيم الطلبة والطالبات أثناء دراستهم الجامعية في العراق"، وقد هدفت لمعرفة تغير قيم الطلبة خلال دراستهم الجامعيـة، وقـد تـم استخدام اختبار مقياس القيم الفارقة وتم تطبيقه على عينة البحث المؤلفة من ثلاث مجموعـات، الاولى منها كانت مكونة من مئة طالب وطالبة في المرحلة الاعدادية والثانية مكونـة مـن 92 طالباً وطالبة من السنة الأولى في المرحلة الجامعية والثالثة مكونه من 92 طالباً وطالبـة مـن السنة الرابعة من المرحلة الجامعية، وقد كانت المجموعة الثالثة هي ذاتها المجموعة الأولى بعد ان أعيد تطبيق المقياس عليهم بعد عامين.

ومن النتائج التي خلصت إليها هذه الدراسة ما يلي:

- أن الطلاب والطالبات تتغير قيمهم مبتعدين عن القيم التقليدية أو الأصلية ومقتربين من القيم المنبثقة.
- التغير يصدق على طلاب الجامعة بغض النظر عن الفروق الحضارية والثقافية إلا أن معدل التغير هو الذي يختلف.
- معدل التغير في السنوات الثانية من التعليم الجامعي اكبر من معدل التغير في السنة الرابعة.

ت : الدراسات المحلية

أجرت أبو عيطة والمشهداني (2004) دراسة بعنوان'علاقة الانترنت بالقيم والاتجاهات العلمية لدى طلبة كلية العلوم التربوية في الجامعة الهاشمية'، وقد هدفت الدراسة الى معرفة علاقة الانترنت بقيم الطلبة واتجاهاتهم، وتم تطبيق اختبار الاتجاهات العلمية ومقياس القيم واستبيان حول استخدام الانترنت والمعلومات حوله على عينة مكونة من (166) طالباً وطالبة من طلبة كلية العلوم التربوية بالجامعة الهاشمية، تم اختيارهم بطريقة عشوائية منتظمة .

وأظهرت نتائج الدراسة أن هناك اختلافاً بين الطلبة الذكور والإناث في ترتيب معلوماتهم حول الانترنت واستخداماته والقيم وفق متغيرات الدراسة المتمثلة في المستويات الدراسية والتخصصات المختلفة، كما أظهرت قيم اختبار (ت) بأن هناك فروقاً دالة إحصائياً بين الطلبة الإناث والذكور في القيم وفي استخدام الانترنت والمعلومات حوله لصالح الذكور، وأظهرت أن هناك اختلافاً بين الطلبة الإناث والذكور وفي التخصصات المختلفة في ترتيب الاتجاهات العلمية، إذ توضح قيم (ف) ان هناك فروقاً دالة إحصائياً بين الطلبة الذكور والإناث، ومستخدمي الانترنت وغير مستخدمي الانترنت في الاتجاهات العلمية، وأن هناك علاقة ارتباط دالة بين القيم الوسيلية والاتجاهات العلمية وبين معلومات الطلبة حول استخدام الانترنت والقيم الوسيلية.

وقامت التل (2003) بدراسة المنظومة القيمية لطلبة جامعة الزرقاء الأهلية، وقد هدفت للتعرف على المنظومة القيمية للطلبة في جامعة الزرقاء الأهلية الأردنية، وتقصي اثر متغيري الجنس والمستوى الدراسي في مجالات هذه المنظومة وتحديد نسبة ما تفسره بعض العوامل الديموغرافية من التباين في المنظومة القيمية، ولتحقيق ذلك تم تطبيق مقياس مصفوفة القيم على عينة عشوائية عنقودية مكونة من (560) طالباً وطالبة من جامعة الزرقاء الأهلية.

وقد توصلت الدراسة إلى أن القيم الدينية احتلت المرتبة الأولى في هرم المنظومة القيمية لدى الطلبة تلتها القيم الاجتماعية فالمعرفية فالسياسية فالجمالية وأخيراً القيم الاقتصادية، وقد كشفت النتائج وجود فروق دالة إحصائياً بين الذكور والإناث في درجة تفضيل كل من القيم الدينية والاقتصادية تعزى إلى المستوى الدراسي، كما كشفت الدراسة عددا من المتغيرات الديموغرافية التي أسهمت في تفسير التباين في مجالات المنظومة القيمية، حيث أسهمت متغيرات الدخل الشهري للأسرة و الجنس ومهنة الأب في تغيير التباين في القيم الاجتماعية، فيما أسهمت متغيرات المستوى الدراسي للطالب وعدد أفراد الأسرة والمستوى التعليمي للأب والجنس ومكان السكن والدخل الشهري للأسرة في تغير التباين في القيم الدينية ، أما متغيرات الجنس والمستوى الدراسي ومعدل الثانوية فقد أسهمت في تفسير التباين في القيم الاقتصادية، وقد أسهم متغير الجنس في تفسير التباين في القيم المعرفية، كما أسهم متغير الجنس والمستوى التعليمي للأب في تفسير التباين في كل من القيم السياسية والجمالية .

دراسة حداد (2002) بعنوان "المقاهي الالكترونية ودورها في التحول الثقافي في مدينة اربد"، هدفت هذه الدراسة للتعرف على مدى الانعكاسات التي أوجدتها المقاهي كتكنولوجيا حديثة على التركيبة الاجتماعية والثقافية والاقتصادية لمجتمع الدراسة الذي تكون من الأفراد الذين يرتادون المقاهي الإلكترونية والأسر التي يرتاد أبنائها تلك المقاهي حيث تم تطبيق ذلك على كافة المؤسسات والمحال التجارية في مجتمع الدراسة.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن المقاهي الإلكترونية أثرت على الأفراد والأسر وأسلوب التنشئة، وعملت على تأكيد الاندماج الملموس للأفراد في مجتمع الدراسة مع تكنولوجيا الانترنت وترابط القيم المادية والمعنوية.

دراسة عرفان (2001) بعنوان استخدام الشباب لشبكة المعلومات العالمية (الإنترنــت) دراسة تحليلية لرواد مقاهي الشبكة في مدينتي عمان واربد، هدفت هذه الدراسة إلى تحليل طبيعة استخدام الشباب لشبكة الإنترنت في مقاهي مدينتي عمان واربد ، كما هدفت إلى معرفة طبيعــة الآثار التي تركتها شبكة المعلومات العالمية (الانترنت) على حياة الــشباب المــستخدمين لهــا باختلاف الجنس والسن عن طريق عينة غرضية مكونة من (360) مبحوث ومبحوثة.

وقد أثبتت الدراسة في نتائجها أنه ليس هنالك علاقة بين متغيري الجنس والسن وبــين طبيعة الآثار التي تركتها شبكة المعلومات العالمية (الانترنت) على حياة الــشباب المــستخدمين لها، أي أن الآثار التي تركتها الشبكة على المبحوثين تكاد تكون متشابهة بغــض النظــر عــن جنسهم أو سنهم، وقد جاءت أبرز الآثار الإيجابية بتحسن لغتهم فيما كانت الآثار السلبية بمــيلهم للعزلة عن الآخرين.

دراسة العايد (2001) بعنوان الحراك الثقافي في المجتمع الأردني، وقد اجريت علــى عينة من الشباب الأردني، بهدف التعرف على مدى تبدل العناصر الثقافية المتحركة والمتداخلة والمتأثرة بالثقافات الأخرى، ومعرفة الاتجاهات الثقافية لدى الشباب، ومدى تمسك الشباب بالقيم الثقافية العربية، ومعرفة مدى التغير الذي طرأ على بعض العناصــر الثقافيــة فــي المجتمــع الأردني، وقد اشتملت عينة الدراسة على (100) شاب وشابة في المجتمع الأردني لمدينة عمان، ممن هم ضمن الفئة العمرية (14-35) .

وتبين من نتائج هذه الدراسة أن هنالك عناصر ثقافية متحركة ومتغيرة متــأثرة داخــل الثقافة العربية بحيث تحركت هذه العناصر بفعل التأثر عن طريق وسائل الاتصال والاحتكــاك الثقافي بالثقافات الأخرى، وقد كان هذا التأثر بفعل وسائل الإعلام والانترنت وغيرها من طرق التأثير التي أدت الى فرض أنماط استهلاكية وسلوكية جديدة، كما أثبتت الدراسة بأنه لا يوجد أي

تبدل كلي ورفض للثقافة العربية، وهنالك حراك مستمر في العادات والتقاليد والقيم، بفضل وسائل الاتصال والاحتكاك الثقافي، كما تغيرت عادات الأكل من حيث تناول الوجبات السريعة بسبب انتشار المطاعم الأمريكية.

اما الدراسة التحليلية التي اجراها القضاة (1999) لمحتوى البرامج التلفزيونية بعنوان "أثر البرامج المستوردة على الشباب الجامعي" ، هدفت لمعرفة أثر البرامج التلفزيونية المستوردة على الشباب الجامعي، وطبقت على عينة مؤلفة من (741) من طلبة البكالوريوس في الجامعة الأردنية، موزعين على ثلاثة عشر كلية.

وتبين من نتائجها الانخفاض في مشاهدة البرامج المحلية، وتزايد مشاهدة البرامج المستوردة في عدد ساعات المشاهدة اليومية وخاصة فترة السهرة، كما تبين أن للبرامج المستوردة جوانب تأثيرية على الشباب، كحب السفر للخارج، وحب السهر، ومصادقة الجنس الآخر، بالإضافة إلى التأثيرات العاطفية والدينية والعلاقة بالأسرة والمحيطين والسلوك اللباس وقصة الشعر.

ولمعرفة طبيعة التأثيرات الاجتماعية والاقتصادية على قيم العمل أجرى محادين (2000) دراسة بعنوان "قيم العمل عند الشباب الأردني"، وقد هدفت الدراسة إلى التعرف على طبيعة التأثيرات الاجتماعية والاقتصادية على القيم عموماً والمنعكسة على قيم العمل لدى الإنسان الأردني جراء هذه التحولات الداخلية والخارجية، وتم اختيار عينة الدراسة المؤلفة من (109) من محافظة الكرك .

وقد أظهرت نتائج هذه الدراسة أن هناك تغير في قيم العمل لدى مجتمع الدراسة، حيث كانت النتائج على النحو التالي:

- يوجد تمييز على أساس متغير الجنس (ذكر / أنثى) لصالح الذكر في إعطـــاءه فرصـــة العمل وهي قيمة تقليدية.
- لا يوجد تقسيم للعمل داخل الأسرة الأردنية عند الشباب عموماً.
- تشير النتائج الإحصائية إلى وجود زيادة في حرية الأبناء لاختيار الأعمال والمهن التي يرغبون الالتحاق بها.
- هناك تميز على أساس نوعية المهنة بين الأفراد داخل المجتمع الأردنـــي، بمعنـــى أن المهنة يمكن أن تعكس نوعاً من التمييز في المكانة الاجتماعية للشباب الأردني.
- يوجد نظرة سلبية إزاء العمل الحرفي عند الشباب الأردني.
- يوجد إنحياز إلى أن يكون المدير رجلاً دون المرأة داخل المجتمع الأردني.

دراسة منصور (1999) بعنوان"الفضائيات الأجنبية: استخداماتها وتأثيراتهـا المحتملـة على الشباب الأردني: شباب جامعة اليرموك نموذجاً" هدفت هذه الدراسة إلى معالجة موضوع استخدام الشباب الأردني للفضائيات الأجنبية، كما قدمت رؤية تحليلية للآثار المحتملة الايجابيـة والسلبية الناجمة عن تلك الاستخدامات، وقد تم عمل استبانة وزعت على عينة مكونة من (504) طلاب من المسجلين في الفصل الصيفي 99/98 بجامعة اليرموك.

وبينت نتائج الدراسة أن للفضائيات أثاراً على الشباب الجامعي نتيجة استخدامهم لهـا، وقد كانت هذه الاثار مرتبة حسب حدوثها بالآثار الاجتماعية والسلوكية السلبية والآثار المعرفية الايجابية والآثار المختلطة.

كما بينت النتائج ان استخدامات الشباب للفضائيات مرتفعة وتتجاوز يومين في الأسبوع، وارتفاع عدد الساعات التي يقضيها الشباب في مشاهدة الفضائيات.

ام بالنسبة للاثار الناجمة عن استخدامات الشباب للفضائيات، فقد تبين من الدراسة ان هنالك ثلاثة أنواع من الآثار مرتبة حسب أولوية حدوثها، آثار اجتماعية وسلوكية سلبية، آثار معرفية ايجابية، آثار مختلطة ايجابية وسلبية.

وقد نتج عن المشاهدة حدوث اثار اجتماعية وسلوكية سلبية تزداد كلما تعرض الشباب للفضائيات حيث تؤدي الى تفكك قيم المجتمع ونمو ظاهرة التقليد الأعمى، وتعمل على حصول تبدلات في السلوك الاستهلاكي،وتساعد على الغزو الثقافي الأجنبي، وتعمل على زرع عادات وتقاليد دخيلة.

دراسة عبد الباسط العزام (1998) بعنوان "صراع القيم لدى الشباب في الريف الأردني: قضاء الوسطية حالة دراسية" هدفت الدراسة الى معرفة طبيعة صراع القيم لدى الشباب في الريف الأردني، وقد اعتمد الباحث في هذه الدراسة في الكشف عن ظاهرة صراع القيم ومعرفة أثر متغير الجنس على القيم الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، من خلال دراسة مصادره الاجتماعية والاقتصادية والسياسية وما ارتبط به من تغير، وقد تكونت عينة الدراسة من (460) شاباً وشابة تم اختيارهم بأسلوب طبقي عشوائي من قرى قضاء الوسطية في محافظة اربد.

ونتج عن الدراسة أن القيم الأسرية التقليدية تتأثر بالمتغيرات المستخدمة باستثناء متغير الجنس والعمر ومتغير المهنة، وأن القيم الاقتصادية تتأثر بالمتغيرات وجميع المتغيرات المستخدمة باستثناء متغير الجنس والعمر وأخيراً متغير الحالة الاجتماعية، وبين ان القيم السياسية التقليدية تتاثر بجميع المتغيرات المستخدمة، باستثناء متغير الجنس والعمر والحالة الاجتماعية وعدد أفراد الأسرة وأخيراً متغير المهنة، اما القيم الدينية التقليدية تتاثر بجميع

المتغيرات المستخدمة، باستثناء متغير الجنس والعمر والحالة الاجتماعية وأخيراً متغير عدد أفراد الأسرة، كما تبين ان القيم الترويحية التقليدية تتأثر بجميع المتغيرات المستخدمة باستثناء متغير الجنس والعمر والدخل الشهري للأسرة وأخيراً متغير عدد أفراد الأسرة، وبين القيم التقليدية على جميع المجالات وجميع المتغيرات المستخدمة، باستثناء متغير الجنس والعمر وأخيراً الحالة الاجتماعية.

كما أجرى البطش وجبريل (1991) دراسة "بعنوان التغير في التفضيلات القيمية عند الأفراد الأردنيين بتقدمهم في بالعمر" وقد هدفت هذه الدراسة الى معرفة أثر تقدم السن على تغير التفضيلات القيمية للأفراد، واختار الباحث عينيه طبيعية من منطقة عمان الكبرى مكونه من (800) فرد توزعوا في ثمان فئات عمريه امتدت ما بين (15-50) عاماً فأكثر.

وقد كشفت النتائج تغيراً في اثني عشر قيمة غائية (الإحساس بالإنجاز وأمن الأسرة والحرية والأمن الوطني والعمل لليوم الآخر واحترام الذات والصداقة و الحكمة والحياة الرغيدة والجمال والنضج العاطفي والاعتراف الاجتماعي) و أربع عشر قيمة وسيلية (الطموح والنظافة و الابتهاج والشجاعة والتعاون والبراعة والاستقلالية والصدق والطاعة والذكاء والأدب وضبط النفس والمسؤولية وتفتح العقل).

كما قام البطش والطويل (1990) بإجراء دراسة بعنوان" البناء القيمي لطلبة الجامعة الأردنية،" هدف من خلالها الى تقصي البناء القيمي لطلبة الجامعة، وقد ضمت العينة (2000) طالباً وطالبة، ومن النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن قيم التدين والعمل لليوم الآخر احتلت المرتبة الأولى في هرم القيم الغائية، فيما احتلت قيمة التضحية المرتبة الأولى في هرم القيم الوسيلية، كما كشفت النتائج فروقاً دالة إحصائياً بين الذكور والإناث في ترتيب ست عشرة قيمة

وسيلية وإحدى عشر قيمة غائية تبعاً لتخصص الطلبة، كما بينت النتائج فروقاً في ترتيب اثنتي عشر قيمة غائية باختلاف الخلفية الاجتماعية للطلبة.

أجرى سرحان (1989) دراسة بعنوان "الصراع القيمي لدى الشباب العربي: دراسة حالة الاردن" وقد كان هدف الدراسة الكشف عن مظاهر صراع القيم لدى الشباب الجامعي في الوطن العربي والأردن، ومعرفة الأسباب والعوامل المؤثرة في هذا الصراع سلباً أو إيجاباً بالنسبة الى متغيرات الجنس والعمر والدين والكلية والدخل الاقتصادي والإقامة والحالة الاجتماعية، وقد طبقت هذه الدراسة على عينة ممثلة لمجتمع الدراسة المكون من طلبة الجامعة الأردنية الرسميين للعام (1989)،و تكونت العينة من (555) طالباً وطالبة.

وقد أظهرت نتائج الدراسة أن مظاهر صراع القيم تمثلت في الأبعاد الاجتماعية والنفسية والعاطفية والسياسية والدينية، وأن أكثر الفئات تعرضاً للصراع القيمي حسب الأبعاد المعتمدة في الدراسة هي :

البعد الاجتماعي: الذكور، والعزاب، والمسلمين، اما البعد النفسي :الذكور، العزاب، بينما البعد الديني :المسلمين، العزاب، أما البعدين العاطفي والسياسي فلم يظهرا أي فروق ذات دلالة إحصائية .

دراسة العمري واخرون (1985) بعنوان "المنظومة القيمية لطلبة جامعة اليرموك والعوامل المؤثرة فيها" حيث هدفت إلى التعرف على اكثر من مصدر مشترك للتباين بين قيم الطالب الجامعي وعدد من المتغيرات التي تؤثر على ذلك، حيث تم تصنيفها في أربع مجالات هي: المجال الشخصي، المجال الأسري، المجال الدراسي، المجال الجامعي، وقد تألفت عينة الدراسة من (451) طالب وطالبة، وقد ركزت الدراسة على التعرف على مدى إسهام متغيرات (التخصص في الجامعة والمعدل التراكمي والسنة الجامعية) في شرح التباين .

ودلت النتائج أن هناك مصدرين مشتركين للتباين بين قيم الطالب الجامعي والمجـــالات المذكورة، عكس المصدر الأول أثر جنس الطالب وعمره وتخصصه في المدرسة الثانوية فـــي قيمته النظرية والاجتماعية والجمالية، كما عكس المصدر الثاني أثر تخــصص الطالــب فــي الجامعة ومكان إقامته (مدينة، قرية) في القيم النظرية والاجتماعية والدينية ، وتبــين أن طلبـــة العلوم يتسمون بقيم نظرية أعلى من غيرهم وان الطلبة المقيمين في القرى كانوا يتسمون بقـــيم اجتماعية ودينية أعلى منها لدى الطلبة المقيمين في المدينة، في حين انه لم يتم التوصـــل الـــى وجود اثر للمعدل التراكمي والسنة الدراسية إلى عدم وجود اثر ذي دلالة إحصائية لمتغيـــرات تعليم الوالدين ودخل الأسرة على القيم لدى الأفراد .

بعد ان تم استعراض الدراسات السابقة يمكن القول ان هذه الدراسة تمتاز بانها الاحدث بين كل تلك التي تم استعراضها في الجزء السابق حيث تعطي نتائجها مؤشرات حديثـة عـن التغير الذي حصل على قيم طلبة الجامعات في المجتمع الاردني وخاصة ان التغيـر الحاصـل على هذه القيم لا يتوقف امام فرصة التواصل مع العالم الخارجي الذي تتيحه وسائل الاتـصال بمختلف انواعها .

كما يمكن الاشارة الى ان هذه الدراسة تناولت اثر كل من (الانترنـت ، الفـضائيات ، الهاتف النقال) وتعتبر هذه الوسائل احدث ثلاثة وسائل اتصال انتشرت في العالم خلال الفتـرة التي اتفق على تسميتها بالعولمة، كما ان دراسة اثر هذه الوسائل مجتمعة في دراسة واحدة وفر فرصة المقارنة بينها لمعرفة اثر كل منها على قيم الطلبة فـي الجامعـات الاردنيـة . وبـذلك تجاوزت هذه الدراسة ما تم الاشارة اليه في الدراسات السابقة التي اهتمت بوسيلة واحـدة مـن وسائل الاتصالات كالدراسات التي اهتمت بدراسة اثر التلفاز فقط او تلك التي ركـزت علـى دراسة اثر وسائل الاتصال الجماهيري بشكل عام.

تعددت الدراسات التي تناولت موضوع قيم الشباب بشكل عام، مـن خـلال دراسـة المنظومة القيمية لدى الشباب، أو الترتيب الهرمي للقيم في السلم القيمي الذي تتم فيه دراسة القيم بشكل جماعي دون فصل أو تحديد لنوع القيم، بينما تميزت هذه الدراسة في انها ركزت علـى اربع مجالات فقط من القيم (قيم العمل، قيم التعليم، قيم الاستهلاك، القيم الدينية)، حيث تم تحليل أثر وسائل الاتصال عليها وما إذا كانت هذه القيم قد تأثرت بشكل فعلي، وهل ادى هذا التاثر الى قيم جديدة مكان القيم القديمة، أو إن كانت القيم التقليدية قد تعايشت مع القيم الجديدة.

ويمكن التاكيد كذلك ان تعدد الجامعات التي شملتها هذه الدراسة ادى الى الحصول على نتائج تشمل مختلف فئات المجتمع الاردني باختلاف الاقاليم الجغرافية وهو ما اعطى فرصة للمقارنة بين هذه الجامعات التي تم اختيارها من الشمال والوسط والجنوب وبالتالي لم تكرر هذه الدراسة ما تطرقت له الدراسات التي تناولت القيم لدى الشباب في المجتمع الاردني و التي تم استعراضها حيث كانت في الغالب تركز على جامعة واحدة وتقتصر العينة على منطقة معينة دون غيرها .

ولا يستثنى من ذلك ان هذه الدراسة تطرقت الى اثر وسائل الاتصالات من خلال رؤية سوسيولوجية بعيدا عن الرؤى الاخرى التي غالبا ما ركزت عليها الدراسات السابقة التي كانت تعالج اثر وسائل الاتصال من منظور علم النفس التربوي او من خلال المنظور الاعلامي فقط .

الفصل الرابع : اجراءات الدراسة ومنهجيتها

أ: مجتمع الدراسة

تكون مجتمع الدراسة من طلبة الجامعات اللذين يدرسون في مختلف الجامعات الأردنية، والذي يبلغ عددهم حسب أرقام دائرة الإحصاءات العامة (192042) موزعين على 23جامعة حكومية وخاصة، منهم (16132) طالب دراسات عليا. حسب الاحصائية التي تم الحصول عليها من الموقع الالكتروني لدائرة الاحصاءات العامة للطلبة المقيدين في العام 2006
http://www.dos.gov.jo/dos_home_a/main/index.htm

ب: عينة الدراسة

كانت عينة هذه الدراسة قصدية، وقد تم توزيعها على طلبة الجامعات التي تم تحديدها خلال المحاضرات بالتنسيق مع عدد من اعضاء هيئة التدريس في هذه الجامعات، حيث تم تحديد عدد من المحاضرات التي يتواجد فيها طلبة من جميع التخصصات كمتطلبات الجامعة الاجبارية والاختيارية مثل مواد اللغة الانجليزية واللغة العربية ومواد الحاسب الالكتروني التي يجب ان يدرسها جميع طلبة الجامعة باختلاف تخصصاتهم، بالاضافة الى انه تم توزيعها على الطلبة المتواجدين في مختبرات الحاسوب والمكتبات وفي اماكن تناول الطعام داخل حرم الجامعة.

ومن المبررات التي يمكن تقديمها لاختيارعينة قصدية وليست عشوائية هو صعوبة اختيار 1500 طالب بالطريقة العشوائية لان ذلك يتطلب الحصول على اسماء جميع الطلبة في هذه الجامعات والبالغ 62200 طالب بالاضافة الى صعوبة التواصل مع من يقع عليهم الاختيار لان ذلك يتطلب توافر معلومات عن القسم الاكاديمي والكلية ورقم الهاتف لكل طالب من الطلبة الذين يقع عليهم الاختيار وهو ما يصعب الحصول عليه امام تحفظ الجامعات على المعلومات الشخصية الخاصة بطلبتها .

وقد تكونت العينة من 1500 طالباً وطالبة موزعين على خمس جامعات هي (اليرموك، مؤته، العلوم التطبيقية الخاصة، البلقاء التطبيقية، اربد الاهلية) وقد تمت عملية اختيار العينة بالطريقة التالية :

اولا : تم اختيار خمس جامعات قصديا بحيث تغطي المناطق الجغرافية في المملكة(الشمال والوسط والجنوب) بالإضافة الى مراعاة ان تشمل كل من الجامعات الحكومية و الجامعات الخاصة.

ثانيا : تم تحديد العينة بحيث تكون 1500 مبحوث تم توزيعها على الجامعات المذكورة نسبة الى أعداد الطلبة في كل جامعة وقد جرت عملية الاختيار كالأتي :

1.تم تحديد نسبة الطلبة في كل جامعة نسبة الى اعداد الطلبة التي تم الحصول عليها من الارقام الصادرة عن دائرة الاحصاءات العامة على النحو التالي :

نسبة العينة في كل جامعة = عدد الطلبة في كل جامعة / العدد الكلي X عدد العينة

2. تم تحديد اعداد الطلبة في العينة(مبين في الجدول رقم 6) حسب النسبة التي تم تحديدها لكل جامعة على النحوالتالي :

اعداد الطلبة في العينة حسب نسبة العينة في كل جامعة = النسبة في كل جامعة 1500X / 100

جدول رقم (6) اعداد الطلبة في الجامعات والعدد المقابل في العينة

الجامعة	العدد الكلي للطلبة للجامعة	النسبة	عدد الطلبة الجامعة في العينة
اليرموك	18700	%30	450
مؤتة	14700	%23.7	355
البلقاء التطبيقية	18000	%29	435
العلوم التطبيقية الخاصة	7300	%11.7	176
اربد الاهلية	3500	%5.7	84
المجموع	62200	%100	1500

اعداد الطلبة بالاعتماد على ارقام دائرة الاحصائيات العامة للطلبة في العام الجامعي 2006 والمبينة في الملاحق .

ثالثا : بعد تحديد العينة تم توزيع 1500 استمارة ، حيث تم تحديد الاعداد في كل جامعة نسبة الى اعداد الطلبة الاساسي الصادر من دائرة الاحصاءات العامة، وبعد توزيع الاستبانة على المبحوثين في الجامعات تم الحصول على 1174 استبانة.

ت : اداة جمع البيانات

تم الاعتماد على الاستبانة كاداة للدراسة لجمع البيانات من مجتمع الدراسة، وقبل صياغة الاستبانة والاعتماد عليها بشكل اساسي للحصول على المعلومات التي يمكن من خلالها الاجابة على اسئلة الدراسة، تم تصميم مقياس للقيم مقسم لاربعة مجموعات تمثل القيم الاساسية في الدراسة(القيم الدينية، قيم العمل،قيم التعليم،قيم الاستهلاك) وقد تم اختيار عدد من المؤشرات التي تمثل هذه القيم، وقد تم توزيع المقياس بصورته النهائية على عدد من ذوي الخبرة من اعضاء هيئة التدرس في مختلف الجامعات الاردنية حيث تم تعديل المقياس بناءً على الملاحظات التي اقترحها من تم توزيع المقياس عليهم.

تم بعد ذلك صياغة الاستمارة بصورتها النهائية بناءا على مقياس القيم بحيث يمكن الاجابة على تساؤلات الدراسة الاساسية والفرعية، وقد تم توضيح بعض الفقرات اثناء توزيع الاستمارة بعد ان تساءل الطلبة عن معناها، وقد تم الاشارة الى هذه الفقرات في الجداول ، وقد تكونت الاستمارة من ثلاثة اجزاء اساسية :

الجزء الاول : وشمل المعلومات الاساسية المتمثلة (الجنس ، الجامعة، التخصص، المستوى الدراسي، السنة الدراسية، مكان الاقامة، عددافراد الاسرة، الدخل الشهري). حيث تم

الاستفادة من هذه الاسئلة في معرفة العلاقة بين المتغيرات الديمغرافية والتغير الذي حصل على بعض القيم بفعل وسائل الاتصالات.

الجزء الثاني : تم صياغة فقراته لمعرفة اكثر وسائل الاتصالات استخداما من قبل طلبة الجامعات في المجتمع الاردني .

الجزء الثالث: تم صياغة فقراته بحيث يتم الاجابة بالارقام موزعة من (1-5) بحيث يتم التعبير بالرقم عن اثر كل وسيلة من الوسائل التي تم اختيارها(الانترنت، الفضائيات، الهاتف النقال) على مجالات القيم الاربعة . وقد تم توضيح ما تعنيه الارقام في بداية الجزء الثالث من الاستمارة كالتالي:

درجة التاثير قليلة جدا ويعبر عنها بالرقم 1.

درجة التاثير قليلة وعبر عنها بالرقم 2.

درجة التاثير متوسطة ويتم التعبير عنها بالرقم 3.

درجة التاثير كبيرة ويتم التعبير عنها بالرقم 4.

درجة التاثير كبيرة جدا ويتم التعبير عنها بالرقم 5.

ث: صدق الأداة

تم عرض الاستمارة بصورتها النهائية على عدد من المحكمين المختصين في علم الاجتماع ومناهج البحث، حيث تم تعديل محاور الاستمارة بناءا على الملاحظات التي تم اقتراحها، والتي تمثلت باضافة وتعديل وحذف ودمج عدد من الفقرات حتى استقرت الاستمارة على صورتها النهائية التي تم توزيعها على المبحوثين.

جـــ: ثبات الاداة

تم التاكد من ثبات الاداة من خلال نتائج كرونباخ الفا الذي تم على 35 اســتمارة، تــم توزيعها مبدئيا قبل توزيع الاستمارة بشكل كلي حيث كانت نتائج تحليل الثبات كما هــو مبــين تاليا:

جدول (7) نتائج كرونباخ الفا لبيان ثبات الاداة

المجال	قيمة الاختبار
كرونباخ الفا قيم العمل	0.78
كرونباخ الفا القيم الدينية	0.84
كرونباخ الفا قيم الاستهلاك	0.94
كرونباخ الفا قيم التعليم	0.83
القيم ككل	0.94

حـــ: التحليل الإحصائي

تم استخدام برنامج (SPSS) لتفريغ البيانات وتحليلها، حيث تم تحليل البيانات بالاعتماد على :

اولا: حساب المتوسطات الحسابية والتكرارات والنسب المئوية لاجابات افــراد العينـــة على فقرات الاستمارة.

ثانيا: حساب الفروق والمقارنات باستخدام اختبــارا ت T-TEST و ONE WAY ANOVA لمعرفة الفرق بين متوسطات اجابات عينة الدراسة ، وقد تم اجـراء الاختبــارات المذكورة عند مستوى الدلالة الفا تساوي (الفا : = 0.05). حيث تم مقارنة النتائج التي كانت مستوى الدلاله في اختباراتها اقل او تساوي قيمة الدلالة وتكون الفروق دالـــة احــصائيا بــين الاجابات لصالح الاجابة التي يكون المتوسط الحسابي فيها اكبر.

الفصل الخامس : تحليل النتائج ومناقشتها

اولا : خصائص العينة :

جدول (8) توزيع افراد العينة حسب الجنس

الجنس	التكرار	النسبة
ذكر	487	%41.5
انثى	687	%58.5
المجموع	1174	%100

يشير الجدول الى ان غالبية افراد العينة من الاناث حيث بلغت نسبتهم 58.5% بينما بلغت نسبة الذكور 41.5 %.

جدول (9) توزيع أفراد العينة حسب الجامعة

الجامعة	التكرار	النسبة
البلقاء التطبيقية	380	%32.4
مؤتة	280	%23.9
اليرموك	310	%26.4
اربد الأهلية	74	%6.3
العلوم التطبيقية	130	%11.1
المجموع	1174	%100

يشير الجدول الى توزيع افراد العينة حسب الجامعة، حيث بلغت اكبر نسبة في جامعة البلقاء التطبيقة بمعدل 11.1% بينما بلغت اقل نسبة في جامعة اربد الأهلية 6.3%.

جدول (10) توزيع افراد العينة حسب طبيعة التخصص

التخصص	التكرار	النسبة
علمي	477	%40.6
انساني	697	%59.4
المجموع	1174	%100

تظهر النسب الواردة في الجدول أن أفراد العينة من التخصصات الانسانية كانت هي الاعلى حيث بلغت 59.4 % بينما كانت نسبة الافراد الذين يدرسون في تخصصات علمية حوالي 40.6%.

جدول (11) توزيع افراد العينة حسب المستوى الدراسي

النسب	التكرار	المستوى الدراسي
%94.8	1113	بكالوريوس
%2.6	30	دبلوم عالي
%2.6	31	دراسات عليا
%100	1174	المجموع

يشير الجدول الى توزيع افراد العينة حسب المستوى الدراسي ، حيث تشير النسب الى ان الغالبية العظمى من العينة كانوا من الطلبة في مرحلة البكالوريوس وقد بلغت نسبتهم 94.8%، وقد جاء في المرتبة الثانية طلبة الدبلوم العالي والدراسات العليا حيث كانت النسبة 2.6 % لكل منهم .

جدول (12) توزيع افراد العينة حسب السنة الدراسية

النسبة	التكرار	السنة الدراسية
%25.7	302	أولى
%27.6	324	ثانية
%28.2	331	ثالثة
%18.5	217	رابعة
%100	1174	المجموع

تشير الارقام الى توزيع أفراد العينة حسب السنة الدراسية التي كانوا فيها أثناء توزيع الاستمارة حيث تشير الأرقام إلى أن النسب كانت متقاربة الى حد ما مع وجود افضلية قليلة حيث بينت النتائج ان نسبة طلاب السنة الثانية بلغت 28.2% بينما اقل نسبة كانت من طلاب السنة الرابعة التي وصلت إلى 18.5%.

جدول (13) توزيع افراد العينة حسب مكان الاقامة

مكان الاقامة	التكرار	النسبة
مدينة	625	%53.2
قرية	484	%41.2
مخيم	43	%3.7
بادية	22	%1.9
المجموع	1174	%100

تشير النسب إلى أن غالبية أفراد العينة من سكان المدينة بنسبة بلغت 53.2% يليها سكان القرية في المرتبة الثانية بنسبة بلغت 41.2% في حين بلغت اقل نسبة في البادية بمعدل 1.9%.

جدول (14) توزيع افراد العينة حسب عدد افراد الاسرة

عدد افراد الاسرة	التكرار	النسبة
6-3	355	%30.2
10-7	631	%53.7
11 فاكثر	188	%16.01
المجموع	1174	%100

تشير الارقام الى توزيع افراد العينة حسب عدد افراد الاسرة التي يعيش فيها المبحوث، وقد بلغت اعلى نسبة في الفئة التي عدد افراد الاسرة فيها من (7-10) وهو مؤشر واضح على ان الاسر الاردنيةما زالت تعتبر من الاسر ذات الاعداد الكبيرة نوعا ما ،بينما كانت في المرتبة الثانية الفئة التي عدد افراد الاسرة فيها من (3-6) اما النسبة الاقل فقد كانت في الاسر التي عدد افرادها (11 فاكثر).

جدول (15) توزيع افراد العينة حسب الدخل الشهري للعائلة

الدخل الشهري للعائلة/دينار	التكرار	النسبة
اقل من 200	232	%19.8
200-399	400	%34.1
400-599	188	%16
600-799	94	%8
800-1000	101	%8.6
1000 فاكثر	159	%13.5
المجموع	1174	%100

تشير الارقام الى توزيع افراد العينة حسب الدخل الشهري للعائلة حيث بلغت النسبة الأكبر 34.1 % وهي الفئة التي يبلغ متوسط دخلها الشهري من (200-399) بينما بلغت اقل نسبة 8% وهي الفئة التي يبلغ فيها الدخل الشهري للعائلة من (600 – 799)ن وبالاجمال فان هناك 69.9% من الاسر في عينة الدراسة تحصل على دخل شهري اقل من 599 دينار .

ثانيا: الاجابة على تساؤلات الدراسة

أ: التساؤل الأول: هل تختلف درجة تأثير وسائل الاتصال على تغيير بعض القيم باختلاف بعض المتغيرات الديمغرافية؟

وقد تم الإجابة على هذا التساؤل من خلال تحليل العلاقة بين المتغيرات الديمغرافية التي اعتمدت عليها الدراسة وكل مجال من مجالات القيم، وفيما يلي بيان ذلك :

جدول (16)

تأثير متغير الجنس على تغير بعض القيم بفعل تاثير وسائل الاتصال

القيم	الجنس	التكرار	المتوسط	قيمة T	الدلالة
قيم العمل	ذكر	478	2.78	1.782	.075
	انثى	687	2.84		
القيم الدينية	ذكر	478	2.84	1.620	.105
	انثى	687	2.90		
قيم الاستهلاك	ذكر	478	2.91	1.027	.305
	انثى	687	2.94		
قيم التعليم	ذكر	478	2.89	1.125	.261
	انثى	687	2.93		
القيم ككل	ذكر	478	2.87	1.610	.108
	انثى	687	2.92		

الفا : = 0.05

يبين الجدول تأثير متغير الجنس على تغير بعض القيم بفعل وسائل الاتصالات، وبعد تطبيق اختبار التباين T-TEST تبين انه لا يوجد فروق دالة إحصائيا يمكن أن تعزى لمتغير الجنس، مما يدل أن تأثير وسائل الاتصالات على تغير جميع القيم المذكورة كان متقاربا بين الذكور والإناث، ويمكن أن يعزى تفسير هذا التقارب وعدم وجود فروق إلى أن كل من الذكور والإناث أصبحوا يستخدمون ويتعرضون لوسائل الاتصالات الحديثة بدرجات متقاربة من دون

تمييز ، الامر الذي ادى الى احداث اثر متقارب لهذه الوسائل لان تاثيرها واستخدامها يستهدف جميع فئات المجتمع وشرائحه من دون تمييز .

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج الدراسة التي اجرتها عرفان (2001) التي اكــدت انــه لا يوجد علاقة بين متغير الجنس وبين طبيعة الاثر الذي يتركه الانترنت على الشباب المستخدمين لها، ومع نتائج الدراسة التي اجراها العزام (1998)التي بينت ان متغير الجنس لم يكن مــن المتغيرات التي كانت مؤثره على القيم التي كانت في الدراسة.

بينما تتعارض هذه النتيجة مع نتائج الدراسة التي اجرتها التل (2003) والتي اكدت فيها ان متغير الجنس كان له اثر في تغير التباين في القيم الدينية والقيم الاقتصادية، والدراسة التــي اجراها محادين (2000) التي اكد فيها انه يوجد تمييز على أساس متغير الجنس (ذكر / أنثــى) لصالح الذكر في إعطاءه فرصة العمل باعتبارها قيمة تقليدية، والدراسة التي اجرتها ابو عطية والمشهداني(2004) التي اكد فيها ان هناك اختلافاً بين الطلبة الــذكور والإنــاث فــي ترتيــب معلوماتهم حول الانترنت واستخداماته حيث اكد ان الفروق دالة إحصائياً بين الطلبــة الإنــاث والذكور في القيم وفي استخدام الانترنت والمعلومات حوله لصالح الذكور، وأظهرت أن هنــاك اختلافاً بين الطلبة الإناث والذكور وفي التخصصات المختلفة في ترتيب الاتجاهات العلميــة، إذ تبين ان هناك فروقاً دالة إحصائياً بين الطلبة الذكور والإناث.

جدول (17)

يبين تأثير متغير طبيعة التخصص على تغير بعض القيم بفعل تأثير وسائل الاتصال

القيم	التخصص	التكرار	المتوسط	قيمة T	الدلالة
قيم العمل	علمي	477	2.74	3.320	.001
	انساني	697	2.86		
القيم الدينية	علمي	477	2.84	1.517	.130
	انساني	697	2.90		
قيم الاستهلاك	علمي	477	2.94	.322	.747
	انساني	697	2.92		
قيم التعليم	علمي	477	2.94	.921	.357
	انساني	697	2.90		
القيم ككل	علمي	477	289	.599	.549
	انساني	697	2.81		

الفا : = 0.05

يبين الجدول اثر طبيعة التخصص على تغير بعض القيم بفعل وسائل الاتصالات ، وبعد تطبيق اختبار T-TEST لمقارنة اثر طبيعة التخصص على تغير القيم أشارت النتائج إلــى أن الفروق كانت دالة إحصائيا في قيم العمل فقط لصالح التخصصات الإنسانية، بينمــا لــم تكــن الفروق دالة احصائيا في القيم (الدينية , الاستهلاكية, التعليم) ويمكن أن يعــزى تفــسير هــذه النتيجة إلى تأثر الطلبة بطبيعة سوق العمل الذي لا تتوافر فيه الفرص للتخصــصات الانــسانية مقابل تلك التي تتوفر للأفراد الآخرين من ذوي التخصصات العلمية التي ما زال سوق العمــل الأردني بحاجة إليها.

أما بالنسبة لباقي القيم (الدينية، الاستهلاكية، التعليم) لم تظهر فيها فروق دالة إحــصائياً يمكن أن تعزى إلى طبيعة التخصص، ويمكن تفسير ذلك إلى أن الطلبة ما زالوا يتمثلوا هذه القيم

من طبيعة الحياة الاجتماعية وخاصة الجانب الديني الذي مازال مراقب من قبل مؤسسات التنشئة الاجتماعية التي غالبا ما تربط تقييمها الفرد بمدى التزامه بالجوانب المختلفة للحياة الدينية.

أما تفسير عدم وجود فروق في قيم الاستهلاك يمكن أن يعزى إلى أن وسائل الاتصالات لها نفس الأثر في الطلبة مهما كان تخصصهم حيث يميل الطلبة إلى الظهور أمام الرفـاق فـي الجامعة بالمظاهر الاستهلاكية المطلوبة بغض النظر عن طبيعة التخصص لارتباط ذلك بقبولهم الاجتماعي في الوسط التعليمي الذي ينتمون اليه في الجامعة .

وفيما يتعلق بقيم التعليم فانه يمكن تفسير عدم وجود فروق دالة إحصائيا إلى ان السعي للتجدد والارتباط بمستوى تعليمي متقدم ومناهج أفضل ليس حكرا على تخصص معين وبالتالي فان الاستفادة من وسائل الاتصالات الحديثة شمل جميع التخصصات بفعل المستوى المتقدم الذي وصلت اليه تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي لا تكاد جامعة أردنية تخلو منها.

ويمكن الاشارة هنا الى الدراسة التي اجراها (العمري وآخرون 1985) والتي تم مـن خلال نتائجها الاشارة الى ان تخصص الطالب اثر على القيم النظرية والدينية والاجتماعية حيث تبين أن طلبة العلوم يتسمون بقيم نظرية أعلى من غيرهم .

جدول (18) تأثير متغير الجامعة على تغير بعض القيم بفعل تأثير وسائل الاتصال

الجامعة	المتوسط / التكرار	قيم العمل	القيم الدينية	قيم الاستهلاك	قيم التعليم	القيم ككل
البلقاء التطبيقية	المتوسط	2.82	2.82	2.92	3.00	2.94
	التكرار	380	380	380	380	380
مؤتة	المتوسط	2.92	2.94	2.96	2.90	2.78
	التكرار	280	280	280	280	280
اليرموك	المتوسط	2.71	2.79	2.90	2.82	2.84
	التكرار	310	310	310	310	310
اربد الاهلية	المتوسط	3.50	3.44	2.66	2.72	2.93
	التكرار	74	74	74	74	74
العلوم التطبيقية	المتوسط	2.70	2.78	2.92	2.96	2.87
	التكرار	130	130	130	130	130
المجموع	المتوسط	2.82	2.87	2.93	2.92	2.90
	التكرار	1174	1174	1174	1174	1174
اختبار التباين الاحادي						
قيمة F		28.237	15.594	4.452	6.196	1.978
الدلالة الاحصائية		.000	.000	.001	.000	.096

الفا : = 0.05

تبين الارقام ان هناك فروق ظاهرية في متوسطات القيم يكن ان تعزى الى متغير الجامعة، حيث يتبين من اختبار التباين الأحادي F-TEST المبين في أسفل الجدول أن هناك فروق دالة إحصائيا بين الجامعات في جميع القيم، ولمعرفة لصالح أي من الجامعات كانت هذه الفروق دالة احصائيا تم أجراء مقارنات إحصائية بعدية كما هو موضح في الجدول رقم (19).

جدول (19)

المقارنات الاحصائية البعدية بين الجامعات لمعرفة لصالح اي جامعة كانت الفروق دالة احصائيا

1

الجامعة أ	الجامعة ب	متوسط المقارنة بين أ و ب	الدلالة
البلقاء التطبيقية	مؤتة	.04	.479
	اليرموك	.11	.209
	اربد الاهلية	-*.68	.000
	الاردنية	.12	.415
مؤته	البلقاء التطبيقية	-.04	.974
	اليرموك	.07	.726
	اربد الاهلية	-.*72	.000
	العلوم التطبيقية	.08	.810
اليرموك	البلقاء التطبيقية	-.11	.209
	مؤته	.07	.726
	اربد الاهلية	-.*79	.000
	العلوم التطبيقية	.01	1.000
اربد الاهلية	البلقاء التطبيقية	*.68	.000
	مؤتة	.*72	.000
	اليرموك	.*79	.000
	العلوم التطبيقية	.*80	.000
العلوم التطبيقية	البلقاء التطبيقية	-.12	.415
	مؤتة	-.80	.810
	اليرموك	-.10	1.000
	اربد الاهلية	-*.80	.000

2

الجامعة أ	الجامعة ب	متوسط المقارنة بين أ و ب	الدلالة
البلقاء التطبيقية	مؤتة	-.06	.890
	اليرموك	.06	.881
	اربد الاهلية	-*.59	.000
	الاردنية	.07	.895
مؤته	البلقاء التطبيقية	.06	.890
	اليرموك	.11	.395
	اربد الاهلية	-*.54	.000
	العلوم التطبيقية	.13	.525
اليرموك	البلقاء التطبيقية	-.06	.881
	مؤته	-.11	.395
	اربد الاهلية	-*.65	.000
	العلوم التطبيقية	.02	1.000
اربد الاهلية	البلقاء التطبيقية	*.59	.000
	مؤتة	*.54	.000
	اليرموك	*.65	.000
	العلوم التطبيقية	*.66	.000
العلوم التطبيقية	البلقاء التطبيقية	-.07	.895
	مؤتة	-.13	.525
	اليرموك	-.02	1.000
	اربد الاهلية	-*.66	.000

3

الجامعة أ	الجامعة ب	متوسط المقارنة بين أ و ب	الدلالة
البلقاء التطبيقية	مؤتة	.02	.998
	اليرموك	.08	.581
	اربد الاهلية	.*32	.003
	الاردنية	.06	.933
مؤته	البلقاء التطبيقية	-.02	.998
	اليرموك	.06	.827
	اربد الاهلية	.*30	.008
	العلوم التطبيقية	.04	.985
اليرموك	البلقاء التطبيقية	.08	.581
	مؤته	.06	.827
	اربد الاهلية	.24	.068
	العلوم التطبيقية	.02	.998
اربد الاهلية	البلقاء التطبيقية	.*32	.003
	مؤتة	.*30	.008
	اليرموك	.24	.068
	العلوم التطبيقية	.26	.082
العلوم التطبيقية	البلقاء التطبيقية	-.06	.933
	مؤتة	-.04	.985
	اليرموك	.02	.998
	اربد الاهلية	.26	.082

4

الجامعة أ	الجامعة ب	متوسط المقارنة بين أ و ب	الدلالة
البلقاء التطبيقية	مؤتة	.06	.781
	اليرموك	*.18	.004
	اربد الاهلية	*.28	.008
	الاردنية	.04	.968
مؤته	البلقاء التطبيقية	-.06	.781
	اليرموك	.12	.214
	اربد الاهلية	.22	.094
	العلوم التطبيقية	.02	.999
اليرموك	البلقاء التطبيقية	-*.18	.004
	مؤته	-.12	.214
	اربد الاهلية	.10	.785
	العلوم التطبيقية	-.13	.316
اربد الاهلية	البلقاء التطبيقية	-*.28	.008
	مؤتة	-.22	.094
	اليرموك	-.10	.785
	العلوم التطبيقية	-.23	.115
العلوم التطبيقية	البلقاء التطبيقية	-.04	.968
	مؤتة	.02	.062
	اليرموك	.13	.061
	اربد الاهلية	.23	.115

يشير الجدول (19) ان الفروق بين المتوسطات دالة إحصائيا في كل مجال من مجالات القيم في الدراسة، حيث تبين الأرقام الواردة في الجدول أن مجالات قيم العمل والقيم الدينية كانت المقارنة فيهما بين جامعة اربد الأهلية من جهة وجميع الجامعات من جهة أخرى حيث كان الفرق بين المتوسطات الحسابية يشير إلى أن الفروق كانت دالة إحصائيا لصالح جامعة اربد الأهلية .

أما بالنسبة إلى قيم الاستهلاك فقد كانت المقارنة بين جامعتي البلقاء ومؤتة من جهة وبين جامعة اربد الأهلية من جهة أخرى حيث كانت الفروق بين المتوسطات دالة إحصائيا لصالح جامعتي مؤتة والبلقاء التطبيقية .

وفيما يتعلق بقيم التعليم فان المقارنة كانت بين جامعتي اليرموك واربد الأهلية من جهة وبين جامعة البلقاء التطبيقية من جهة أخرى حيث كانت الفروق ين المتوسطات دالة إحصائيا لصالح جامعة البلقاء التطبيقية .

ويمكن تفسير ذلك إلى أن كل جامعة من هذه الجامعات لها خصوصية تتميز فيها عن الجامعات الأخرى من حيث طبيعة الطلبة الذين تستقبلهم والمستوى المعيشي الذي يتميز به الطلبة , حيث تتمايز الجامعات باختلاف المكان والبيئة الاجتماعية للاشخاص الملتحقين بها كما هو الحال في جامعة البلقاء التطبيقية الموزعة على جميع مناطق المملكة وبالتالي يمكن ان يؤدي ذلك الى احداث الفروق التي ظهرت في التحليل الاحصائي، فقد اشارت الدراسة التي اجرتها التل(2003) الى ان مكان السكن للأسرة ادى الى تغير التباين في القيم الدينية.

جدول (20)

تاثير متغير المستوى الدراسي على تغير بعض القيم بفعل تاثير وسائل الاتصال

المستوى الدراسي	المتوسط التكرار	قيم العمل	القيم الدينية	قيم الاستهلاك	قيم التعليم	القيم ككل
البكالوريوس	المتوسط	2.81	2.87	2.94	2.92	2.90
	التكرار	1113	1113	1113	1113	1113
دبلوم عالي	المتوسط	2.92	2.91	2.63	2.62	2.72
	التكرار	30	30	30	30	30
دراسات عليا	المتوسط	2.82	2.94	2.87	3.10	2.91
	التكرار	31	31	31	31	31
المجموع	المتوسط	2.82	2.87	2.93	2.93	2.90
	التكرار	1174	1174	1174	1174	1174
اختبار التباين الاحادي						
قيمة F		.425	.175	3.805	5.241	2.069
الدلالة الاحصائية		.654	.840	.023	.005	.127

الفا : = 0.05

يبين الجدول رقم (20) أن هناك فروق ظاهرية في متوسطات القيم ، حيث يتبين من اختبار التباين الأحادي F-TEST المبين في أسفل الجدول أن هناك فروق دالة إحصائيا في المتوسطات الحسابية بين المستويات التعليمية الثلاث في قيم التعليم وقيم الاستهلاك فقط بينما لم تكن الفروق دالة إحصائيا في كل من قيم العمل والقيم الدينية.

جدول (21)

المقارنات الاحصائية البعدية التي تبين لصالح اي من المستويات التعليمية في الجامعات كانت الفروق دالةاحصائيا

نوع القيم	المستوى الدراسي أ	المستوى الدراسي ب	متوسط المقارنة بين أ و ب	الدلالة
قيم الاستهلاك	بكالوريوس	دبلوم عالي	*.31	.026
		دراسات عليا	.07	.845
	دبلوم عالي	بكالوريوس	*.31-	.026
		دراسات عليا	.24	.303
	دراسات عليا	بكالوريوس	.07	.845
		دبلوم عالي	.24	.303
قيم التعليم	بكالوريوس	دبلوم عالي	*.30	.025
		دراسات عليا	.18	.247
	دبلوم عالي	بكالوريوس	*.30-	.025
		دراسات عليا	*.48-	.007
	دراسات عليا	بكالوريوس	.18	.247
		دبلوم عالي	*.48	.007

يبين الجدول (21) ان الفروق دالة إحصائيا في كل مجال من مجالات قيم الاستهلاك وقيم التعليم، حيث تبين الأرقام الواردة في الجدول أن المقارنة في قيم الاستهلاك كانت بين طلبة البكالوريوس وطلبة الدبلوم العالي، وقد كان الفرق في المتوسطات الحسابية دال إحصائيا لصالح طلبة البكالوريوس .

أما في قيم التعليم فقد كانت المقارنة بين طلبة البكالوريوس والدراسات العليا من جهة وبين طلبة الدبلوم العالي من جهة أخرى حيث كان الفرق بين المتوسطات دال إحصائيا لصالح طلبة البكالوريوس والدراسات العليا.

ويمكن تفسير ذلك إلى أن المستوى التعليمي يؤثر على تمثل الطلبة لقيم التعليم نتيجــة لطبيعة المرحلة العمرية التي يكون بها الطالب فكل مرحلة لها متطلبات تختلف عن الاخرى.

أما بالنسبة إلى قيم الاستهلاك فيمكن تفسير ذلك بطبيعة الوسط الذي يكون فيه الطالب، ففي مرحلة البكالوريوس تكون المتطلبات الاستهلاكية والارتباط بالمظاهر الاستهلاكية أكثر من المراحل الأخرى بينما يكون في مرحلة الماجستير والدراسات العليا أكثر واقعية بسبب إشــباع هذه الرغبات خلال فترة البكالوريوس بالاضافة الى ان الوقت المتاح لطالب الدراســات العليــا للاختلاط في الجامعة تكون اقل لان الغالبية من هذه الفئة امــا ان تكــون عاملــة او انهــم لا يتواجدون في الجامعة لفترات طويلة .

اما قيم العمل فان تفسير عدم وجود فروق دالة احصائيا يمكن ان يعزى الى ان معظــم الطلبة ممن هم على مقاعد الدراسة من البكالوريوس وبالتالي هم من الفئة غير العاملة او ممــن يعملون بعمل جزئي لان الحصول على شهادة البكالوريوس من الشروط الاساسية للحصول على العمل ولذلك الطالب اذا كان يعمل فان العمل في الغالب يكون بدوام جرئي كما هو الحال فــي مطاعم الوجبات السريعة التي تعتمد في عملها على الطلاب بساعات عمل محددة.

أما بالنسبة إلى القيم الدينية فانه لا يوجد فرق بين طبيعة المستوى الدراسي وبين تمثل الطلبة للقيم الدينية وذلك بسبب ارتباط تمثل هذه القيم بالوسط الاجتماعي فالمجتمع يقيم الافــراد بمدى تمثلهم بالقيم الدينية من دون ارتباط ذلك التقييم بطبيعة المستوى الدراسي.

جدول (22)

تاثير متغير السنة الدراسية على تغير بعض القيم بفعل تاثير وسائل الاتصال

السنة الدراسية	المتوسط / التكرار	قيم العمل	القيم الدينية	قيم الاستهلاك	قيم التعليم	القيم ككل
الأولى	المتوسط	2.80	2.87	2.91	2.92	2.82
	التكرار	302	302	302	302	302
الثانية	المتوسط	2.80	2.85	2.89	2.87	2.87
	التكرار	342	342	342	342	342
الثالثة	المتوسط	2.83	2.87	2.94	2.94	291
	التكرار	331	331	331	331	331
الرابعة	المتوسط	2.84	2.93	2.99	2.95	2.95
	التكرار	217	217	217	217	217
المجموع	المتوسط	2.82	2.87	2.93	2.92	2.90
	التكرار	1174	1174	1174	1174	1174
اختبار التباين الأحادي						
قيمة F		.307	.569	1.175	1.063	1.301
الدلالة الاحصائية		.820	.636	.318	.364	.273

الفا : = 0.05

يبين الجدول رقم (22) ان هناك فروق ظاهرية بسيطة في المتوسطات الحسابية للقيم، كما يبين اختبار التباين الأحادي F-TEST المبين في أسفل الجدول أنه لا يوجد هناك فروق دالة إحصائيا بين المتوسطات الحسابية يمكن أن تعزى إلى متغير السنة الدراسية ، حيث يمكن تفسير هذه النتائج الى ان طلبة الجامعات خلال سنوات الدراسة يشكلون جماعة جيلية واحده تؤثر على بعضها البعض بغض النظر عن السنة الدراسية التي يكون فيهما الطالب، فقيم الاستهلاك وتقليد الاخرين والالتزام بالمقتنيات الحديثة لا يرتبط بسنة دراسية معينة بالقدر الذي ترتبط فيه بالوسط الذي يعيش فيه بين مجموعة الطلبة، وكذلك يمكن القول بالنسبة الى قيم التعليم وقيم العمل، اما القيم الدينية فقد تم الاشارة سابقا الى ارتبطها بمراقبة الوسط الاجتماعي حيث يتمثل هذه القيم من خلال مؤسسات المجتمع الذي يعيش فيه، وتتفق هذه النتائج مع الدراسة

التي اجراها العمري وجرادات والتي اشارت الى ان متغير السنة الدراسية لم يكن له تاثير فـــي تباين القيم الحاصل لدى طلاب الجامعة .

وتختلف هذه النتائج مع الدراسة التي اجراها جابر (1996) التي اكدت ان معدل التغير في السنوات الثانية من التعليم الجامعي تكون اكبر من التغير في السنة الرابعة .

كما تختلف هذه النتائج مع دراسة الخضري (1978) الذي يؤكد ان التغيــر فــي قــيم الطلاب اثناء التعليم الجامعي تكون في بداية الحياة الجامعية وخاصة في السنتين الثانية والثالثة من التعليم الجامعي ويكون هذا التغير في القيم التقليدية. بالاضافة الى الدراسة التي اجرتها التل (2003) والتي اكدت في نتائجها الى وجود فروق دالة إحصائياً بين الذكور والإناث في درجــة تفضيل كل من القيم الدينية والاقتصادية تعزى إلى المستوى الدراسي.

جدول (23)تأثير متغير مكان الإقامة على تغير بعض القيم بفعل تأثير وسائل الاتصال

مكان الإقامة	المتوسط / التكرار	قيم العمل	القيم الدينية	قيم الاستهلاك	قيم التعليم	القيم ككل
مدينة	المتوسط	2.82	2.86	2.95	2.91	2.91
	التكرار	625	625	625	625	625
قرية	المتوسط	2.83	2.88	2.89	2.90	2.88
	التكرار	484	484	484	484	484
مخيم	المتوسط	2.82	2.88	2.96	2.99	2.99
	التكرار	43	43	43	43	43
بادية	المتوسط	2.53	3.14	3.15	3.28	3.08
	التكرار	22	22	22	22	22
المجموع	المتوسط	2.82	2.87	2.93	2.92	2.90
	التكرار	1174	1174	1174	1174	1174
اختبار التباين الاحادي						
قيمة F		1.586	1.159	1.933	3.152	1.371
الدلالة الاحصائية		.191	.324	.122	.024	.250

الفا : = 0.05

الجدول رقم (23) يبين أن هناك فروق ظاهرية في متوسطات القيم، كما يتبين من اختبار التباين الأحادي F-TEST المبين في أسفل الجدول أن هناك فروق دالة إحصائيا بين المتوسطات في قيم التعليم يمكن أن يعزى إلى متغير مكان الإقامة، بينما لم تكن الفروق دالة إحصائيا في كل من قيم العمل والقيم الدينية وقيم الاستهلاك.

جدول (24)

المقارنات الاحصائية البعدية التي تبين لصالح اي من مستويات متغير مكان الإقامة كانت الفروق دالة احصائيا

نوع القيم	مكان الاقامة أ	مكان الاقامة ب	متوسط المقارنة بين أ و ب	الدلالة
[illegible]	مدينة	قرية	.01	.998
		مخيم	.08	.860
		بادية	*.37-	.038
	قرية	مدينة	.01	.998
		مخيم	.09	.831
		بادية	*.38-	.034
	مخيم	مدينة	.08	.860
		قرية	.09	.831
		بادية	.29	.316
	بادية	مدينة	*.37	.038
		قرية	*.38	.034
		مخيم	.29	.316

يشير الجدول رقم (24) إلى أن المقارنة كانت بين البادية من جهة والمدينة والقرية من جهة أخرى، حيث كانت الفروق في المتوسطات الحسابية دالة إحصائيا لصالح البادية, ويمكن تفسير ذلك إلى أن رغبة من كانوا يسكنون البادية من الطلبة إلى التغيير في حياتهم من خلال التعليم والتطلع إلى كل ما هو جديد في مجالات التعليم الجامعي من خلال وسائل الاتصالات الحديثة المتاحة لهم، فالوسط الاجتماعي الذي يأتي منه الطالب تؤثر بيئته الاجتماعية على

اختيارات الطالب لطبيعة التخصص واتجاهاته وإلى أي نوع من التعليم يجب أن يتوجه لارتباط ذلك بطبيعة الحياة الاجتماعية التي ما زالت تركز على حصول الفرد على شهادة جامعية .

وفيما يتعلق بقيم الاستهلاك يمكن ان يعزى عدم وجود فروق دالة احصائيا الى ان الطالب يكون تحت تاثير القيم الاستهلاكية بغض النظر عن مكان الاقامة, اي ان تاثير قيم الاستهلاك هو ذات التاثير سواء كان في البادية او القرية او المدينة ، كذلك الحال بالنسبة الى القيم الدينية التي تم التاكيد منذ البداية انها ما زالت مرتبطة بالحياة المجتمعية بعيدا عن الوسط الجامعي.

وتختلف هذه النتيجة مع نتائج الدراسة التي اجرتها التل(2003) التي اشارت الى ان مكان الاقامة اسهم في تغير التباين في القيم الدينية. بالاضافة الى النتائج التي توصلت اليها الدراسة التي اجراها العمري وآخرون (1985) والتي تؤكد على تاثير مكان الاقامة في القيم الدينية . كما تتفق مع النتيجة التي اجراها جابر (1996) الذي اشار الى ان التغير يصدق على طلاب الجامعة بغض النظر عن الفروق الحضارية والثقافية بينما الذي يتبدل هو معدل التغير .

جدول (25) تأثير متغير عدد أفراد الأسرة على تغير بعض القيم بفعل تأثير وسائل الاتصال

عدد أفراد الأسرة	المتوسط / التكرار	قيم العمل	القيم الدينية	قيم الاستهلاك	قيم التعليم	القيم ككل
3-6	المتوسط	2.98	2.97	2.97	2.95	2.97
	التكرار	355	355	355	355	355
7-11	المتوسط	2.76	2.84	2.91	2.89	2.87
	التكرار	631	631	631	631	631
أكثر من 11	المتوسط	2.70	2.82	2.90	2.94	2.86
	التكرار	188	188	188	188	188
المجموع	المتوسط	2.82	2.87	2.93	2.92	2.90
	التكرار	1174	1174	1174	1174	1174
اختبار التباين الأحادي						
قيمة F		18.707	4.831	1.093	1.519	4.709
الدلالة الإحصائية		.000	.008	.336	.219	009

الفا : = 0.05

تبين الارقام الواردة في الجدول رقم (25) أن هناك فروق ظاهرية في المتوسطات الحسابية للقيم، كما يتبين من اختبار التباين الأحادي F-TEST المبين في أسفل الجدول أن هناك فروق دالة إحصائيا بين المتوسطات الحسابية في قيم العمل والقيم الدينية يمكن أن تعزى إلى متغير عدد أفراد الأسرة، بينما لم تكن الفروق دالة إحصائيا بين متوسطات قيم الاستهلاك وقيم التعليم.

جدول (26)

المقارنات الاحصائية البعدية التي تبين لصالح اي من مستويات متغير عدد أفراد الأسرة كانت الفروق دالة احصائيا

	الفئة الأولى أ	الفئة الثانية ب	متوسط المقارنة بين أ و ب	الدلالة
قيم العمل	6-3	11-7	*.22	.000
		اكثر من 11	*.28	.000
	11-7	6-3	-*.22	.000
		اكثر من 11	.06	.459
	اكثر من 11	6-3	*.28-	.000
		11-7	.06-	.459
القيم الدينية	6-3	11-7	*.13	.018
		اكثر من 11	.15	.049
	11-7	6-3	*.13-	.018
		اكثر من 11	.02	.920
	اكثر من 11	6-3	*.15-	.049
		11-7	.02-	.920

يشير الجدول(26) إلى المقارنات البعدية التي تم إجراءها لمعرفة لصالح أي مستوى في متغير عدد أفراد الأسرة كانت الفروق بين المتوسطات الحسابية دالة إحصائيا في مجال قيم

العمل والقيم الدينية . حيث تبين الأرقام الواردة في الجدول أن المقارنة في قيم العمل والقيم الدينية كانت بين جميع فئات متغير عدد أفراد الأسرة، حيث كانت الفروق في المتوسطات الحسابية دالة إحصائيا لصالح الفئة التي عدد أفرادها مكون من (3-6) في كل من القيم الدينية وقيم العمل . ويمكن تفسير ذلك إلى أن الأسرة التي يكون فيها عدد الأفراد اقل تكون أكثر تمثلا للقيم بفعل التعرض لوسائل الاتصالات، وبالتالي فان الاسرة التي عدد افرادها من (3-6) اشخاص يكون فيها تاثير وسائل الاتصالات في قيم العمل والقيم الدينية اكثر من الفئات الاخرى. على اعتبار أن الأسرة ما زالت مصدر من المصادر التي تؤثر على اتجاهات الأفراد تجاه قبول أو رفض القيم ، حيث تكون رقابة الاسرة التي يكون عدد افرادها قليل اكثر من الاسر الاخرى بسبب القدرة على التوجيه والمتابعة .

ويمكن تفسير عدم وجود فروق دالة احصائيا في قيم الاستهلاك بسبب ان الاستهلاك من المظاهر التي لا يمكن الاستغناء عنها بغض النظر عن عدد افراد الاسرة اضافة ان قيم الاستهلاك مرتبطة بالافراد وما يتاثرون به في المحيط الاجتماعي وجماعة الرفاق الذي يعرفهم خارج النطاق الاسري اكثر من ارتباطها بالعائلة .

وتتفق نتائج هذه الدراسة مع الدراسة التي اجرتها التل(2003) التي اكدت ان عدد افراد الاسرة اسهم في تغير التباين في القيم الدينية.

بينما تختلف هذه النتيجة مع ما جاء في الدراسة التي اجراها العزام (1998) التي اكد فيها ان متغير عدد افراد الاسرة لا يؤثر على القيم الدينية التقليدية .

جدول (27)

تأثير متغير الدخل الشهري للأسرة على تغير بعض القيم بفعل تأثير وسائل الاتصال

الدخل الشهري للأسرة	المتوسط / التكرار	قيم العمل	القيم الدينية	قيم الاستهلاك	قيم التعليم	القيم ككل
اقل من 200	المتوسط	2.81	2.90	2.94	2.95	2.92
	التكرار	232	232	232	232	232
200-399	المتوسط	2.81	2.82	2.92	2.89	2.88
	التكرار	400	400	400	400	400
400-599	المتوسط	2.91	3.03	2.85	2.89	2.90
	التكرار	188	188	188	188	188
600-799	المتوسط	2.76	2.84	2.89	2.81	2.85
	التكرار	94	94	94	94	94
800-1000	المتوسط	2.76	2.82	2.98	2.99	2.92
	التكرار	101	101	101	101	101
1000 فاكثر	المتوسط	2.90	2.86	3.00	2.99	2.95
	التكرار	154	154	154	154	154
المجموع	المتوسط	2.82	2.87	2.93	2.92	2.90
	التكرار	1174	1174	1174	1174	1174
اختبار التباين الاحادي						
قيمة F		1.201	2.763	1.252	1.895	.715
الدلالة الاحصائية		.307	.017	.282	.092	.612

الفا : = 0.05

الجدول (27) يبين أن هناك فروق ظاهرية في المتوسطات الحسابية للقيم ، كما يتبين من اختبار التباين الأحادي F-TEST المبين في أسفل الجدول أن هناك فروق دالة إحصائيا بين

المتوسطات في القيم الدينية، بينما لم تكن الفروق دالة إحصائيا بين متوسطات قيم الاستهلاك وقيم التعليم وقيم العمل ، فالدخل الشهري لا يؤثر على جوانب الاستهلاك المختلفة لان الطالب يسعى الى التقليد وتمثل المظاهر الاستهلاكية بغض النظر عن الدخل الشهري للاسرة حيث يمكن ان تختلف درجة الاستهلاك الا ان ذلك لا يؤثر على نوع هذه المظاهر الاستهلاكية، فالطالب يمكن ان يستمر في تبديل الجهاز الخلوي مثلا ومن الممكن ان لا يكون هذه الجهاز مماثلا لذوي الدخول المرتفعة الا ان الفكرة الدارجة بين الطلبة ان التبديل المستمر للهاتف النقال مظهر من مظاهر الاستهلاك التي لا يستغني عنها الطالب الجامعي، وفيما يتعلق بقيم العمل فان عدم وجود فروق دالة احصائيا يمكن ان يعزى الى ان العمل والتعرف على الابعاد الجديدة له بفعل وسائل الاتصال لا يرتبط بالعائلة مهما كان متوسط دخلها بالقدر الي يرتبط به بالطالب ذاته وسعيه الى تطوير مهاراته بغض النظر عن الدخل الشهري لاسرته، كما يمكن الاشارة الى ذات التعليق فيما يخص قيم التعليم التي يميل الطلبة الى التعرف على ابعادها المختلفة لان ذلك لا يرتبط بالدخل بالقدر الذي يرتبط برؤيته لمستقبله وكيف يمكن ان يسعى الى تطويره .

جدول (28) يبين المقارنات الاحصائية البعدية التي تبين لصالح اي من مستويات الدخل الشهري للاسرة كانت الفروق دالة احصائيا

	الفئة الاولى أ	الفئة الثانية ب	متوسط المقارنة بين أ و ب	الدلالة
القيم البيئية	اقل من 200	399-200	.08	.822
		599-400	.13-	.592
		799-600	.06	.989
		1000-800	.08	.965
		1000فاكثر	.04	.998
	399-200	اقل من 200	.08-	.822
		599-400	*.21-	.031
		799-600	-.02	1.000
		1000-800	.00	1.000
		1000فاكثر	-.05	.922
	599-400	اقل من 200	.13	.592
		399-200	*.21	.031
		799-600	.19	.422
		1000-800	.21	.290
		1000 فاكثر	.17	.399
	799-600	اقل من 200	-.06	.989
		399-200	.02	1.000
		599-400	-.19	.422
		1000-800	.02	1.000
		1000 فاكثر	-.02	1.000
	1000-800	اقل من 200	-.08	.965
		399-200	.00	1.000
		599-400	-.21	.290
		799-600	-.02	1.000
		1000 فاكثر	-.04	.999
	1000 فاكثر	اقل من 200	-.04	.998
		399-200	.05	.992
		599-400	-.17	.399
		799-600	.02	1.000
		1000-800	.04	.999

يشير الجدول (28) إلى المقارنات البعدية التي تم إجراءها لمعرفة لصالح أي مستوى في متغير الدخل الشهري للعائلة كانت، الفروق بين المتوسطات الحسابية دالة إحصائيا في مجال

القيم الدينية، حيث تبين الأرقام الواردة في الجدول أن المقارنة كانت بين الفئة (400-599) من جهة وبين الفئات (اقل من 200) و (200-399) من جهة أخرى. حيث كانت الفـــروق فـــي المتوسطات الحسابية دالة إحصائيا لصـــالح الفئة التي متوسط دخل الأسرة فيهـــا (400-499)، حيث يمكن تفسير ذلك الى ان هذه الفئة تمثل الطبقة الوسطى في المجتمع حيث يعتبـــر تمثـــل ابناءها للقيم الدينية من اهم المعايير التي ترتبط بقبولها الاجتماعي في الوسط الذي تعيش فيـــه ولذلك تعتبر هذه الفئات من الفئات متوسطة الدخل في المجتمع الاردني التي ما زال فيها الجانب الديني من اهم الجوانب الذي تركز عليه في تربية ابناءها . و تتفق هذه النتيجة مع ما جاء في الدراسة التي اجرتها التل (2003) والتي تؤكد ان الدخل الشهري للعائلة يسهم في تغير تبـــاين القيم الدينية.

ب : التساؤل الثاني : ما هي أكثر وسائل الاتصال استخداما من قبل الطـــلاب الجـــامعيين فـــي المجتمع الأردني ؟

وقد تم الإجابة على هذا التساؤل من خلال تحليل الاسئلة التي تضمنتها الاستمارة حيث توزعت الاجابة على ثلاثة وسائل هي الانترنت والموبايل والستالايت وفيما يلي بيان ذلك :

جدول (29) وسائل الاتصالات المتوفرة لدى الطلاب الجامعيين في البيت

[redacted]								
الهاتف الخلوي			الانترنت			الستالايت		
نعم	1133	%96.5	نعم	561	%47.8	نعم	995	%84.8
لا	41	%3.5	لا	613	%52.2	لا	179	%15.2
المجموع	1174	%100	المجموع	1174	%100	المجموع	1174	%100

يبين الجدول (29) ان ما نسبته 96.5% من المبحوثين تتوافر لديهم اجهزة اتصال خلوية بينما 84.8 % تتوفر في منازلهم اجهزة ستلايت اما الانترنت فقد اظهرت النسب ان 47.8 % تتوافر في منازلهم خدمة الانترنت .

ويمكن ان تفسر هذه النتيجة الى الحاجة المتزايدة لوسائل الاتصال الحديثة في الفترة الزمنية الحالية التي اصبحت فيها هذه الوسائل من الاساسيات التي لا يمكن الاستغناء عنها في تسيير امور المعيشة.

جدول (30) الاماكن التي يستخدم فيها المبحوث الانترنت

استخدام الانترنت من خلال	التكرار	النسبة
البيت	502	%42.8
الجامعة	427	%36.4
العمل	12	%1
مقاهي الانترنت	79	%6.7
من خلال الهاتف	7	%.06
بدون اجابة	147	%12.5
المجموع	1174	%100

يتبين من الجدول (30) ان ما نسبته 87.5% من أفراد العينة يستخدمون الانترنت حيث كانت نسبة الطلاب الذين يستخدمون الانترنت في البيت هي النسبة الأعلى وقد بلغت 42.8 % بينما جاءت في المرتبة الثانية استخدام الانترنت في الجامعة حيث بلغت نسبة الطلاب الذين يستخدمون الانترنت من خلال الجامعة 36.4% كما بلغت نسبة الذين يستخدمون الانترنت من خلال مقاهي الانترنت 6.7% بينما كانت النسبة الأقل في استخدام الانترنت من خلال الهاتف والعمل الذي لم تتعدى نسبة من يستخدمون الانترنت من خلال العمل والهاتف 9% .

ويمكن تفسير هذه الأرقام بالعودة إلى الإحصائيات التي تم ذكرها سابقا حيث تتزايد نسبة الأردنيين الذين يستخدمون الانترنت من خلال البيت كما تتجه الجامعات إلى استخدام تكنولوجيا المعلومات من خلال توفير خدمة الانترنت والتوسع في ربط الطلبة مع العالم الخارجي من خلال تشجيعهم على زيادة مهاراتهم في تكنولوجيا المعلومات, بالإضافة إلى زيادة وعي الاهل بأهمية اتقان ابنائهم لهذه التقنيات الحديثة لذلك يسعى الاهل الى توفير خدمة الانترنت لابناءهم .

أما النسبة الأقل التي كانت تشير الى استخدام الانترنت من خلال العمل ومن خلال الهاتف النقال فيعود ذلك إلى التكلفة العالية للخدمة التي يمكن أن توفرها شركات الاتصال بالإضافة الى ان نسبة العاملين من الطلبة لا تكون كبيرة وإذا ما عمل الطالب فان العمل غالبا ما يكون بدوام جزئي يكون التركيز فيه على الانجاز ولا يكون عملا مكتبيا تتوفر فيه الوقت لاستخدام الانترنت لانه كما هو الحال في محال الوجبات السريعة التي تنتشر حول الجامعات والتي يكون اغلب العاملين فيها من الطلاب.

جدول (31) معدل الاستخدام الأسبوعي للانترنت

الرقم	الإستخدام الأسبوعي/ساعة	التكرار	النسبة
1	1 -5 ساعات	514	%43.8
2	6-10ساعات	178	%15.2
3	11-15 ساعة	91	%7.8
4	16-20ساعة	39	%3.3
5	أكثر من 20 ساعة	87	%7.4
6	لا يوجد اجابة	265	%22.6
المجموع		1174	%100

يتبين من الأرقام الواردة في الجدول أن النسبة الأكبر من طلبة الجامعات الأردنية يستخدمون الانترنت بمعدل (1-5 ساعات) في الأسبوع حيث كانت نسبة هذه الفئة هي

الأكبر وقد بلغت 43.8% ، بينما جاءت بالمرتبة الثانية الفئة من (6-10 ساعات) بنسبة بلغت 15.2% وجاءت في المرتبة الثالثة الفئة التي تستخدم الانترنت من (11-15 ساعة) بنسبة بلغت 7.8 % وجاءت في المرتبة الرابعة الفئة التي تستخدم الانترنت (لاكثر من 20 ساعة) بنسبة بلغت 7.4 % في حين اقل نسبة كانت 3.3% للفئة التي تستخدم الانترنت من (16-20 ساعة)، بينما لم يجب على هذا السؤال 265 مبحوث وكانت نسبتهم 22.6 من المجموع العام للمبحوثين البالغ عددهم 1174. ومن الاسباب التي يمكن الاشارة اليها في تفسير هذه الارقام هي ان الوقت المتوفر للطلبة لا يمكنهم من استخدام الانترنت اكثر من ذلك لان المبحوثين الذين اجابوا على هذه الاسئلة هم من الطلبة حيث كانت الغالبية العظمى منهم من طلبة البكالوريوس، بالاضافة الى ان ما يقارب الـ 79% منهم يستخدمون الانترنت اما في الجامعة او في البيت، حيث لا يتوفر الوقت الكافي لاستخدام الانترنت لساعات طويلة فالطالب في الجامعة يتم تحديد ساعات معينه له لاستخدام الانترنت بالاضافة الى امكانية مراقبة الاهل اثناء الاستخدام البيتي للانترنت، كل ذلك يؤدي الى زيادة اعداد الطلبة الذين يستخدمون الانترنت لساعات قليلة ومتوسطة ويبقى من ذلك نسبة الطلبة الذين يستخدمون الانترنت لساعات طويلة وهم بالغالب ممكن ان يكونوا من الطلبة الذين يعتمدون على الانترنت في التواصل مع الاخرين من خلال الدردشة / CHAT الذي يحتاج لساعات طويلة.

جدول (32)

ترتيب طبيعة المواقع التي يستخدمها طلبة الجامعات باستمرار في الانترنت

الرقم	المواقع التي يستخدمها الطلبة	التكرار	النسبة
1	الترفيهية	399	%34
2	العلمية	341	%29
3	الدينية	223	%19
4	التسويقية	187	%16
5	من دون اجابة	24	%2
المجموع		1174	%100

يبين الجدول (32) ان المواقع الترفيهية جاءت في المرتبة الاولى بنسبة بلغت 34% وجاء في المرتبة الثانية المواقع العلمية التي بلغت نسبتها 29% وجاءت في المرتبة الثالثة المواقع الدينية التي كانت نسبتها 16% بينما جاءت المواقع التسويقية في المرتبة الاخيرة بنسبة 16%، ويعتبر الانترنت عالم واسع تعرض فيه مختلف المواضيع من خلال ملايين المواقع الالكترونية التي يطلع عليها طلبة الجامعات، اما ترتيب الاولويات حول طبيعة المواقع التي يطلع عليها الطلبة فانها تعود الى الثقافة والابعاد الشخصية التي يتميز بها الطالب عن غيره،

جدول (33) ترتيب الخدمات التي يستخدمها الطلاب في الانترنت

المواقع التي يستخدمها الطلبة											
البريد الالكتروني E-MAILL			الدردشة CHAT			متابعة الإخبار العالمية			الاشتراك بالمنتديات BLOGS		
نعم	614	%52.3	نعم	407	%34.7	نعم	407	%34.7	نعم	188	%16
لا	344	%29.3	لا	551	%46.9	لا	551	%46.9	لا	770	%770
لا يوجد اجابة	216	%18.4	لا يوجد اجابة	216	%18.4	لا يوجد اجابة	216	%18.4	لا يوجد اجابة	216	%18.4
المجموع	1174	%100	المجموع	1174	%100	المجموع	1174	%100	المجموع	1174	%100

يتبين من الجدول أن استخدام البريد الالكتروني كانت له النسبة الأكبر في الاستخدام حيث يستخدم البريد الالكتروني 614 مبحوث بنسبة بلغت 52.3 % بينما جاءت في المرتبة الثانية كل من الدردشة ومتابعة الأخبار العالمية بنسبة بلغت 34.7% من نسبة المبحوثين بينما

جاءت في المرتبة الأخيرة خدمة الاشتراك في المنتديات والتي وصلت إلى 16% فقط من نسبة الأفراد الذين اجابوا على هذا التساؤل لأنه لم يجب عليه 216 مبحوث ، فالطالب من الممكن ان يستخدم الانترنت لاستخدام كافة الخدمات الا انه يركز على الخدمات التي توصله مع العالم الخارجي كما هو مبين في البريد الالكتروني الذي اصبح من اهم وسائل تبادل الاخبار والتواصل عالميا ومحليا، ويمكن الاشارة من خلال هذه النتيجة الى الدراسة التي اجراها ابو عطية والمشهداني (2004)التي اكد فيها ان ان هناك اختلاف بين الطلبة في ترتيب معلوماتهم حول الانترنت واستخدامه والقيم وفقا لمتغيرات الدراسة التي اجراها ، لذلك تختلف استخدامات الانترنت باختلاف اهتمامات الطلبة وتخصصاتهم والمستوى الدراسي لكل منهم .

جدول (34) عدد المرات التي يستخدم فيهات الأفراد الانترنت

الرقم	عدد مرات استخدام الانترنت	التكرار	النسبة
1	لا استخدمه	46	%3.9
2	مرة في اليوم	257	%21.9
3	أكثر من مرة في اليوم	219	%18.7
4	مرة في الأسبوع	152	%12.9
5	أكثر من مرة في الأسبوع	267	%22.7
6	مرة في الشهر	115	%9.8
7	بدون اجابة	118	%10.1
	المجموع	1174	%100

يبين الجدول رقم (34) ان النسبة الأكبر في استخدام الانترنت كانت للفئة التي تستخدم الانترنت (أكثر من مرة في الأسبوع) بنسبة بلغت 22.7% وجاءت في المرتبة الثانية الفئة التي تستخدم الانترنت (مرة في اليوم) بنسبة بلغت 21.9 % في حين جاءت في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت 18.7% للفئة التي تستخدم الانترنت (أكثر من مرة في اليوم) ، وفي المرتبة الرابعة جاءت الفئة التي تستخدمه (مرة في الأسبوع) بنسبة وصلت إلى 12.9% وفي المرتبة الخامسة

كانت الفئة التي تستخدم الانسترنت (مرة في الشهر) بينما جاءت في المرتبة الأخيرة الفئة التي لا تستخدم الانترنت نهائيا وبلغت نسبتها 4.4%، حيث اصبح استخدام طلبة الجامعات للانترنت من الامور الاساسية التي لا يمكن الاستغناء عنها في التواصل ومتابعة اخر المستجدات العلمية على المستوى العالمي بفعل التطور الحاصل في مجال تكنولوجيا المعلومات التي اصبحت من المؤشرات الاساسية في تقييم اي جامعة .

جدول (35)

معدل الانفاق الشهري على استخدام الهاتف النقال

الرقم	معدل الانفاق الشهري	التكرار	النسبة
1	1--5 دينار	288	%24.5
2	6--10دينار	264	%22.5
3	11--15دينار	207	%17.6
4	16--20دينار	99	%8.4
5	اكثر من 20دينار	253	%21.6
6	بدون اجابة	63	%5.4
المجموع		1174	%100

يبين الجدول رقم (35) ان النسبة الاكبر بلغت 24.5% وهي للفئة التي تنفق على الاستخدام من (1-5دينار) بينما جاءت في المرتبة الثانية الفئة (6-10 دينار) وكانت نسبتها 22.5% وفي المرتبة الثالثة جاءت الفئة التي تنفق (اكثر من 20 دينار) وكانت نسبتها 21.6% كما جاءت في المرتبة الرابعة الفئة (11-15دينار) بنسبة وصلت الى 17.6%، بينما كانت اقل نسبة للفئة (16-20 دينار) بواقع 8.4%.

جدول (36) الشبكة التي يستخدمها طلبة الجامعات في اتصالاتهم

شبكة الاتصال التي يستخدمها طلبة الجامعات											
فاست لينك (زين حاليا)			موبايلكم(اورانج حاليا)			أمنية			اكسبريس		
نعم	423	%36	نعم	627	%41.7	نعم	468	%39.9	نعم	32	%2.7
لا	694	%59.1	لا	490	%53.4	لا	649	%55.3	لا	1085	%92.4
لا يوجد اجابة	57	%4.9	لا يوجد اجابة	57	%4.9	لا يوجد اجابة	57	%4.9	لا يوجد اجابة	57	%4.9
المجموع	1174	%100	المجموع	1174	%100	المجموع	1174	%100	المجموع	1174	%100

يتبين من الأرقام ان النسبة الأكبر من الطلبة تستخدم شبكة الاتصالات (موبايلكم / اورانج حاليا) حيث بلغت نسبة من يستخدمونها 41.7%، بينما جاءت في المرتبة الثانية شبكة الاتصالات (أمنية بنسبة بلغت 39.9% اما شبكة الاتصالات (فاست لينك / زين حاليا) بلغت نسبتها 36% , في حين كانت شبكة الاتصالات (اكسبريس) اقل شبكة استخدام بين طلبة الجامعات بنسبة بلغت 2.7%. ويتبين من الإحصائيات الواردة في الجدول ان معظم الطلبة من الممكن ان يستخدموا أكثر من شبكة اتصالات في ذات الوقت.

جدول (37) اذا كان الهاتف النقال مجهز بخدمة لانترنت

هل الهاتف الخلوي مجهز بخدمة الانترنت		
نعم	585	%49.8
لا	526	%44.8
لا يوجد اجابة	63	%5.4
المجموع	1174	%100

يبين الجدول رقم(37) الاجهرة الخلوية المزودة بخدمة الانترنت حيث تبين النسب المبينة في الجدول أن ما يقارب نصف العينة أجهزتهم الخلوية مزودة بالانترنت حيث كانت نسبة الاجابة بنعم 49.8%.

جدول (38) مجالات استخدام الطالب للهاتف النقال

[redacted]											
التواصل مع الأخرين خارج الجامعة			الاتصال مع الأخرين داخل الجامعة			استخدام الهاتف الخلوي لاستعمال الانترنت			استخدام الهاتف الخلوي للعمل		
نعم	985	%83.9	نعم	854	%72.7	نعم	173	%14.7	نعم	277	%23.6
لا	132	%11.2	لا	263	%22.4	لا	944	%80.4	لا	840	%71.6
لا يوجد إجابة	57	%4.9	لا يوجد إجابة	57	%4.9	لا يوجد إجابة	57	%4.9	لا يوجد إجابة	57	%4.9
المجموع	1174	%100	المجموع	1174	%100	المجموع	1174	%100	المجموع	1174	%100

يتبين من النسب الوادرة في الجدول أن طلبة الجامعة يستخدمون الهاتف النقال للتواصل مع الآخرين خارج الجامعة وقد كانت نسبتهم 83.9% وجاء الاستخدام التالي للهاتف النقال للتواصل مع الآخرين في داخل الجامعة وقد كانت نسبتهم 72.7% بينما أظهرت الأرقام أن استخدام الهاتف الخلوي لأمور تتعلق بالعمل كانت في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت 23.6% في حين كانت النسبة الأخيرة بواقع 14.7% لاستخدام الانترنت من خلال الموبايل . كما تعكس هذه الأرقام استخدام نفس الهاتف لأكثر من خدمة حيث تؤكد هذه الارقام زيادة الاعتماد على التكنولوجيا التي اصبحت توفر للطالب الوقت والجهد من خلال توفير اكثر من خدمة في جهاز واحد.

جدول (39) أكثر وظائف الهاتف النقال استخداما من قبلك

الرقم	أكثر الخدمات استخداما	التكرار	النسبة
1	المسج	925	%78.8
2	البلوتوث	81	%6.9
3	الانترنت	53	%4.5
4	خدمات أخرى	52	%4.4
5	بدون إجابة	63	%5.4
المجموع		1174	%100

يبين الجدول رقم (39) أكثر وظائف الهاتف النقال استخداما من قبل طلبة الجامعات حيث كشفت الأرقام أن أكثر الخدمات استخداما هي الرسائل القصيرة/ المسج، بنسبة بلغت

78.8% تليها خدمة البلوتوث التي لا يستخدمها اكثر 6.9% ومن ثم جاءت في المرتبة الأخيرة الانترنت التي بلغت نسبتها 4.4% .

الجدول (40) الغاية من استخدام الطلبة للهاتف النقال

الرقم	الغاية من استخدام الهاتف النقال	التكرار	النسبة
1	لا استخدمه إطلاقا	57	%4.9
2	استخدمه للاتصال فقط	689	%58.7
3	استخدمه للاتصال والبلوتوث	246	%21
4	استخدمه للاتصال والانترنت	32	%2.7
5	استخدمه للاتصال والبلوتوث والانترنت	150	%12.8
المجموع		1174	%100

يبين الجدول رقم (40) ان هدف استخدام الطلبة للهاتف النقال جاءت مرتبة بحيث كانت الفئة التي تستخدم الهاتف (للاتصال فقط) في المرتبة الاولى وبنسبة وصلت الى 58.7% بينما جاء في المرتبة الثانية استخدام الهاتف النقال(للاتصال والبلوتوث بواقع 21%) بينما جاء في المرتبة الثالثة استخدام الموبايل (للاتصال والبلوتوث والانترنت) بنسبة 12.8% وجاء في المرتبة الاخيرة من (لا يستخدمون الموبايل نهائيا) واللذين بلغت نسبتهم 4.9%.

جدول (41) عدد الساعات التي يقضيها طالب الجامعة في مشاهدة الفضائيات

الرقم	المشاهدة اليومية /ساعة	التكرار	النسبة
1	1-3 ساعات	670	%57.1
2	4-6 ساعات	324	%27.6
3	أكثر من 7 ساعات	106	%9
4	من دون إجابة	74	%6.3
المجموع		1174	%100

يبين الجدول (41) أن أكثر من نصف طلبة الجامعات يشاهدون الفضائيات بمعدل (1-3 ساعات) في اليوم وقد كانت نسبة هذه الفئة 57.1% بينما جاءت في المرتبة الثانية الفئة التي تشاهد الفضائيات من (4- 6) بمعدل 27.6% وكانت اقل نسبة للفئة التي تشاهد الفضائيات

أكثر من سبع ساعات بمعدل 9% من المبحوثين، ويمكن الاشارة من خلال هذه الارقام الواردة الى الدراسة التي جاء بها كمال (1994) في ان غالبية العينة تشاهد التلفزيون يوميا ، كما اكدت الدراسة التي اجراها منصور (1999)ان نسبة استخدام الشباب مرتفعة و تتجاوز يومين في الاسبوع وكلما زاد تعرض الشباب للفضائيات كلما زادت الاثار السلوكية والاجتماعية السلبية عليهم ، حيث اشار القضاة (1999) في دراسته الى ان عدد ساعات المشاهدة تزداد خلال فترة السهرة، وفي الدراسة التي اجراها مورغان واخرون (1999) لمعرفة أثر البرامج التلفزيونية على القيم العائلية، و إلى أي مدى ينمى التلفاز القيم التقليدية والتي تبين منها ان التغير يرتبط بساعات المشاهدة، حيث تبين أن أولئك الذين يقضون وقتاً اكبر في متابعة التلفاز يكونون أكثر عرضة للقيم غير التقليدية، وبالتالي فإن درجة تقبلهم للقيم الحديثة اكبر، ويرتبط ذلك بالخصائص الديمغرافية، وأن الأشخاص الذين تقل ساعات المشاهدة لديهم قابلية أقل للقيم الحديثة.

جدول (42) أكثر المحطات مشاهدة من قبل طلبة الجامعات

الرقم	أكثر القنوات مشاهدة	التكرار	النسبة
1	الترفيهية	570	%48.6
2	الدينية	276	%23.5
3	الاجتماعية	110	%9.4
4	السياسية	45	%3.8
5	الثقافية	42	%3.6
6	العقارية	13	%1.1
7	التسوق	10	%0.9
8	اخرى	28	%2.4
9	من دون اجابة	80	%6.8
	المجموع	1174	%100

أظهرت النسب الواردة في الجدول (42) أن اكثر القنوات مشاهدة هي القنوات الترفيهية بواقع 48.6% بينما جاء في المرتبة الثانية القنوات الدينية بنسبة بلغت 23.5% تلتها القنوات الاجتماعية بنسبة 9.4% ومن ثم القنوات السياسية بنسبة بلغت 3.8% بينما جاء في المرتبة الخامسة القنوات الثقافية بنسبة وصلت الى 3.6% بينما كان في المرتبة السادسة القنوات العقارية بنسبة 1.1% وفي المرتبة الاخيرة جاءت قنوات التسوق بنسبة 0.9%، ويمكن هنا الاشارة الى ان الغالبية العظمى من طلبة الجامعات يشاهدون التلفاز مع الاهل حيث يغلب على هذه الجلسات الطابع الترفيهي الذي لا يتم فيه التركيز على الاهتمامات الشخصية سواء كانت سياسية او اقتصادية او ثقافية .

اكدت النتائج التي وردت في دراسة كمال (1994) ان الشباب يشاهدون البرامج الترفيهيه ومن ثم البرامج الثقافية ومن بعدها برامج المعلومات العامة والدينية والترفيهية والتسلية وتعلم اللغة العربية ، كما اشارت الدراسة التي اجراها مورغان واخرون (1999) لمعرفة أثر البرامج التلفزيونية على القيم العائلية، و إلى أي مدى ينمي التلفاز القيم التقليدية، والتي اظهرت في نتائجها أن التغير في القيم يرتبط بنوعية البرامج التي تقدمها الفضائيات .

جدول(43) أهم المحطات الفضائية التي يشاهدها طلبة الجامعات الأردنية

ترتيب المحطة	اسم المحطة	التكرار	النسبة	ترتيب المحطة	اسم المحطة	التكرار	النسبة
1	روتانا موسيقى	52	%4.4	30	ART SPOR	6	%0.5
2	الاردنية	51	%4.3	31	الخليجية	6	%0.5
3	LBC	44	%3.7	32	ZOOM	6	%0.5
4	دبي	38	%3.2	33	MELODY AFLAM	6	%0.5
5	ONE TV	35	%3.0	34	المستقبل	6	%0.5
6	MBC1	32	%2.7	35	MBC4	5	%0.4
7	الجزيرة الاخبارية	32	%2.7	36	MBC3	5	%0.4
8	MBC ACTION	32	%2.7	37	الراي	4	%0.3
9	MELODYARAB IA	28	%2.4	38	OTV	4	%0.3
10	MBC2	27	%2.3	39	المنار	4	%0.3
11	روتانا سينما	26	%2.2	40	روتانا طرب	4	%0.3
12	المجد	20	%1.7	41	روتانا خليجية	4	%0.3
13	الجزيرة	19	%1.6	42	الكويت	4	%0.3
14	العربية	19	%1.6	43	الشارقة	3	%0.3
15	الناس	19	%1.6	44	المحور	3	%0.3
16	ابو ظبي	17	%1.4	45	هنعبل التونسية	3	%0.3
17	SYRIA	16	%1.4	46	دريم	3	%0.3
18	MAZZIKA	13	%1.1	47	المراة العربية	3	%0.3
19	الرسالة	12	%1	48	اغاني	3	%0.3
20	الجزيرة الرياضية	11	%0.9	49	النيل التعليمية	3	%0.3
21	اقرا	10	%0.9	50	الاقصى	3	%0.3
22	نورمينا	10	%0.9	51	فنون	2	%0.2
23	الديرة	9	%0.8	52	السعودية	2	%0.2
24	نجوم	9	%0.8	53	7 STARES	2	%0.2
25	سما دبي	8	%0.7	54	روتانا زمان	2	%0.2
26	المشكاة	8	%0.7	55	روتانا كليب	2	%0.2
27	العفاسي	8	%0.7	56	عين	2	%0.2
28	INFINITY	7	%0.6	57	موال	2	%0.2
29	MELODY HITS	6	%0.5	58	الفجر	2	%0.2

ت: التساؤل الثالث: ما هو الأثر الذي أحدثته وسائل الاتصال على (قيم العمل) لدى طلبة الجامعات في المجتمع الأردني؟

جدول (44)اثر وسائل الاتصال على قيم العمل

الرقم	القيمة	متوسط درجة تأثير كل وسيلة		
		الانترنت	الفضائيات	الخلوي
1	الحصول على العمل	3.06	2.17	2.81
2	مكانة الطالب العامل	2.95	2.59	2.74
3	العمل أثناء الدراسة	2.99	2.59	2.76
4	تفضيل العمل الحكومي على العمل في القطاع الخاص	2.94	2.83	2.58
5	عمل المرأة	3.23	3.30	2.90
6	تفضيل العمل المهني(المقصود فيه العمل اليدوي)	2.73	2.84	2.48
7	تفضيل العمل الحرفي(المرتبط بحرفة قديمة)	2.50	2.62	2.29
8	العمل في الأعمال غير المقبولة اجتماعيا	2.92	2.95	2.49
9	المردود المادي للعمل	3.24	2.99	2.75
10	الإخلاص بالعمل	2.95	2.84	2.62
11	انجاز العمل	3.14	2.82	2.72
	المجموع	3.01	2.79	2.65

يتبين من الارقام الواردة في الجدول(44) ان اكثر القيم تاثرا بفعل الانترنت كانت قيمة (المردود المادي للعمل) حيث بلغ المتوسط الحسابي لمجموع اجابات الطلبة عليها 3.24 بينما كانت القيمة الاقل تاثرا بفعل الانترنت (تفضيل العمل الحرفي) وقد بلغ متوسط اجابات الطلبة عليها 2.50.

اما فيما يتعلق بتاثير الفضائيات، على قيم العمل فقد كانت أكثر القيم تـأثراً بالفـضائيات قيمة (عمل المرأة) حيث بلغ المتوسط الحسابي لاجابات الطلبة عليها 3.30، ويمكن تفسير ذلك بسبب اهتمام الفضائيات بالقضايا المعاصرة حيث كان عمل المرأة وما يزال من القضايا التـي تثير الجدل والمختلف فيها، فيتم طرحها عبر ما تقدمه الفضائيات من مختلف البرامج لتوضيح

تشير الارقام الواردة في الجدول(43) الى ان فضائية روتانا موسيقى هي المحطة التي كانت لها المرتبة الاولى من اهتمامات الطلبة بينما كانت في المرتبة الاخيرة قناة الفجر ، كما يمكن الاشارة من خلال هذه الارقام الى ان تركيز طلبة الجامعات كان على المحطات ذات الطابع المتنوع والتي لا تركز في عرضها على نوع واحد من البرامج، حيث يمكن تفسير ذلك الى ان ساعات المشاهدة غالبا ما تكون خلال فترة المساء التي لا ينفرد فيها الطالب في مشاهدة الفضائيات لوحده حيث يشاهد هذه القنوات مع العائلة التي تكون في الغالب تركيزها على القنوات المتنوعة التي لا تركز على نوع واحد من البرامج .

وما يخص المحطات المحلية يتبين ان اهتمام الطلبة كان منصبا على القناة الاردنية الرسمية التي احتلت المرتبة الثانية بينما كانت المحطات غير الرسمية مثل نورمينا وسفن ستار في مراتب متاخرة، هذه ويمكن من خلال الاطلاع على هذه القنوات الاشارة الى ان اهتمام الطلبة متنوع بحيث يشمل جميع جوانب الحياة المختلفة من سياسة واقتصادية واجتماعية ودينية، وهو ما يمكن تفسيره بتنوع متغيرات الحياة التي يتعرض لها الطالب في الجامعة وفي الحياة اليومية التي تتطلب الاحاطة بهذا التنوع الذي اوجده تطور الحياة .

جوانبه المختلفة، بالاضافة الى ان المراة تشاهد برامج الفضائيات اكثر من الرجل بسبب تواجدها في المنزل لساعات تكون في الغالب اكثر من الساعات التي يجلس فيها الرجل، اما اقل القـيم تأثيراً كانت قيمة (الحصول على عمل) حيث بلغ المتوسط الحسابي لاجابـات الطلبـة عليهـا 2.17.

وتشير الارقام الواردة ان قيمة (عمل المراة) كانت اكثر القيم تاثرا بالهاتف النقال حيث بلغ متوسط اجابة الطلبة عليها (2.90) بينما كانت اقل القيم تاثرا بالهاتف النقال (تفضيل العمل الحرفي) وقد بلغ متوسط اجابة الطلبة عليها 2.29.

وبالعودة الى النتيجة الكلية لتاثير جميع وسائل الاتصالات يمكن ملاحظة ان الانترنـت كان له التأثير الأكبر على قيم العمل لدى الطلاب حيث بلغ مجموع متوسط اجابات الطلبة عليه 3.01، ومن ثم جاءت الفضائيات بمتوسط2.79، ومن ثم الخلوي بمتوسط 2.65، ويمكن تفسير ذلك بسبب استخدام الطلبة الانترنت بكثرة في البحث عن العمل، وكون الانترنت يعد من أكثـر الوسائل ترويجاً للأعمال وخاصة بعد ان انتشرت المواقع التي تقدم خدمة نشر الـسيرة الذاتيـة وإيصالها لمن يبحث عن عاملين وتقديم عروض العمل للباحث عن العمل.

وتشير الارقام الواردة في الجدول ان الفقرة رقم (1) (الحصول على عمل) كان تـأثير الانترنت هو الأكبر بمتوسط حسابي 3.06، ومن ثم الفضائيات بمتوسط 2.81، ومن ثم الهاتف النقال بمتوسط 2.17، ويمكن تفسير سبب ذلك الى ان الانترنت يوفر فـرص عمـل مختلفـة ومتنوعة وعبر العالم بأسره، كما تقدم خدمة عرض السيرة الذاتية، مما تسهل وصول الباحـث عن العمل إلى العمل بشكل متيسر، كما ان الهاتف الخلوي سهل عملية الاتصال مما يؤدي الـى سهولة التواصل بين الباحثين عن عمل .

اما الفقرة رقم (2) (مكانة الطالب العامل) فقد كان للانترنت الأثــر الأكبــر بمتوســط حسابي بلغ 2.95، ومن ثم الهاتف النقال بمتوسط 2.74 واخيرا الفضائيات بمتوســط 2.59، حيث يمكن تفسير ذلك بان شبكة الانترنت مكنت الشباب من الاطلاع اكثر بحيث تكون فرصـــة التواصل كبيرة جداً مما يسهم في معرفة نظرة العالم إلى الإنسان العامل بشكل عام، والاهتمـــام بضرورة توفر العمل للطلاب على العكس من الفضائيات التي تندر فيها البرامج التي التي تبين مجال اهتمام الطلاب بالعمل .

الفقرة رقم (3) (العمل أثناء الدراسة) كان الانترنت له الاثر الاكبر على هذه القيمة فقد بلغ المتوسط الحسابي لاجابات الطلبة عليها 2.99، ومن ثم جاءت الفضائيات بمتوسط 2.76، واخيرا جاء تاثير الخلوي بمتوسط 2.59، حيث يمكن تفسير ذلك بالاشارة الى ان هنالك الكثير من الأعمال التي تتطلب استخدام الحاسوب، وفئة الشباب أكثر فئة عمرية تستخدم الانترنت، كما أنه توجد مهن ميسرة للطلبة تتيح لهم العمل والدراسة معاً، بالاضافة الى توفر العمل من خلال الانترنت بغض النظر عن أماكن تواجدهم.

الفقرة رقم (5) (عمل المرأة) أكثر وسائل الاتصال تـأثيراً عليهـا كانــت الفـضائيات بمتوسط 3.30، فالانترنت بمتوسط 3.23، فالخلوي 2.90، ويمكن تفسير ذلك بـسبب اهتمـــام الفضائيات وتركيزها على القضايا الاجتماعية وتسليط الأضواء على عمل المرأة ، وبالعودة الى الدراسات السابقة يمكن الاشارة الى الدراسة التي اجراها حسين محادين والتي اشار فيها الـــى الانحياز الى ان يكون المدير رجلا دون امراة في المجتمع الاردني كما يوجد تميز فـــي مـــنح فرصة العمل لصالح الذكر، كما اشارت الدراسة التي اجرتها نادية رضوان الى انه على الرغم من خروج المرأة للعمل لأسباب اقتصادية ومحاولتها لإضافة دخل جديد للأســرة إلا أن القـــيم

التقليدية ما زالت تحول دون مشاركة الزوج للمرأة في الأعمال المنزلية والتي اتفق عرفاً على أنها من الأدوار الأنثوية.

اما الفقرة رقم (6) (تفضيل العمل المهني) والفقرة رقم (7) (تفضيل العمل الحرفي) والفقرة رقم رقم (8) (العمل في الأعمال غير المقبولة اجتماعياً) تأثرت هذه القيمة بدرجة كبيرة بالفضائيات فالانترنت ومن ثم الهاتف النقال، ويمكن تفسير ذلك باهتمام الفضائيات بتوجيه الشباب نحو العمل المهني وخاصة بعد التركيز من خلال النشرات اليومية على اهمية العمل المهني والمردود المادي الذي يحققه صاحب المهنة بدل ان يبقى من ضمن الاعداد المحسوبة في نسبة البطالة، وقد زاد ذلك من القبول الاجتماعي لهذه المهن بعد ان كان الشباب الاردني لا يكترث بها، فقد ساهمت الفضائيات بتغيير الرؤية لهذه الاعمال من خلال عرض مسلسلات وبرامج عن الأعمال غير المقبولة اجتماعيا، حيث كانت النظرة إلى تلك الأعمال سلبية جداً، وترتبط بثقافة العيب، كعمل الفتيات في المطاعم فلم يكن مألوفاً أن نرى فتيات يعملن في المطاعم قبل ان يتم عرض البرامج التي جعلت الناس يتأقلمون مع تلك الفكرة ويغيرون نظرتهم إليها.

وقد اشار محادين (2000) في دراسته على النظرة سلبية إزاء العمل الحرفي عند الشباب الأردني كما ان هناك تميز على أساس نوعية المهنة بين الأفراد داخل المجتمع الأردني، بمعنى أن المهنة يمكن أن تعكس نوعاً من التمييز في المكانة الاجتماعية للشباب الأردني الاضافة الى الدراسة التي اجرتها نادية رضوان التي اكدت فيها تغير نظرة الشباب إلى الوظيفة التقليدية ذات المكانة العالية، وذلك بسبب ارتفاع نسب البطالة.

الفقرة رقم (9) (المردود المادي للعمل) كان الانترنت أكثر الوسائل تأثيراً على هذه القيمة بمتوسط 3.24 فالفضائيات 2.99 فالخلوي 2.75، ويمكن تفسير ذلك بسب ان طلبة الجامعات

اصبحوا على اطلاع واسع من خلال الانترنت والفضائيات على نماذج وتجارب الاخرين ، فاصبح الشاب يطالب بالمردود المالي الذي يتناسب مع العمل الذي يقدمه، ولذلك من الممكن الاطلاع على الرواتب التي يقدمها القطاع الخاص لان ذلك يحقق له الرفاهية الاجتماعية والقبول الاجتماعي الذي يسعى اليه وهو ما يمكن الاشارة اليه بالعودة الى الدراسة التي اجراها محمود(1990) والتي اكد فيها ان الشباب يسعى للحصول على العمل من اجل تحقيق حياة كريمة بالاضافة الى الدراسة التي اجرتها رضوان (1997) والتي اشارت فيها الى تغيير قيم العمل بالنسبة لبعض الشباب نتيجة لسيادة القيم المادية، وقيمة اي عمل بالنسبة لهم مساوية للعائد المادي الذي يحققه العمل بغض النظر عن أهميته أو حيويته، كما اشارت الى تغير نظرة الشباب إلى الوظيفة التقليدية ذات المكانة العالية، وذلك بسبب ارتفاع نسب البطالة.

الفقرة رقم (10) (الإخلاص بالعمل) والفقرة رقم (11) (انجاز العمل) كان التاثير الاكبر على هذه القيم من خلال الانترنت 2.95 فالفضائيات 2.84 فالخلوي 2.72، وعلى الرغم ان الانترنت اتاح فرصة مراقبة الاعمال ونوعيتها من خلال التقنية الحديثة التي تسجل دخول العامل وخروجه الا ان الفضائيات ساهمت في نشر الثقافة التي تؤكد على الاخلاص بالعمل والتاكيد على معاقبة المقصر، وهو ما يمكن ان يوجد اتجاه جديد يؤدى الى التركيز على سرعة الانجاز والاخلاص في العمل بعكس النتيجة التي توصلت اليها رضوان (1997) والتي اشارت الى تحول قيم العمل المنتج إلى قيم سلبية تتمثل في قيم الربح السريع، أو الثراء على حساب الآخرين بدون جهد أو بجهد غير شرعي، هذا الى جانب انغماس الشباب بقيم سلبية جديدة كالرشوة والكسب غير المشروع، بالاضافة الى الدراسة التي اجراها محمود (1990) التي اشار فيها الى ان قيم الطلبة تغيرت خلال الدراسة الجامعية بشكل سلبي لان اتجاههم تركز للاهتمام بالمظهر بصرف النظر عن الجوهر بالنسبة لقيم العمل.

يتبين من خلال العرض السابق لقيم العمل واثر وسائل الاتصال عليها ان اثر وسائل الاتصال على هذه القيم تنوع بين درجة التاثير القليلة والمتوسطة والكبيرة حسب المقياس الذي تم اعتماده في صياغة الاستمارة، كما تبين ان هناك تغيرا في قيم العمل لدى طلبة الجامعات الاردنية حيث يمكن الاشارة الى ان وسائل الاتصالات اثرت في اتجاهات الطلبة نحو قيم العمل حيث يمكن ربط هذه النتائج بالدراسات السابقة التي تم استعراضها ومنها الدراسة التي اجراها محادين (2000) والتي اشار فيها الى ان النتائج الإحصائية تؤدي الى زيادة في حرية الأبناء لاختيار الأعمال والمهن التي يرغبون الالتحاق بها. بالاضافة الى الدراسة التي اجراها الخضري (1978) والتي اشارت الى تاثر قيم الطلاب في الجامعة وتغيرها في مجالات النجاح والعمل .

ث :التساؤل الرابع: ما هو الأثر الذي أحدثته وسائل الاتصال على (القيم الدينية) لدى طلبة الجامعات في المجتمع الأردني ؟

جدول (45) اثر وسائل الاتصال على القيم الدينية

الرقم	القيمة	متوسط درجة تأثير كل وسيلة		
		الانترنت	الفضائيات	الخلوي
1	الالتزام باللباس الشرعي(الحجاب والثوب الطويل)	2.90	2.91	2.48
2	ارتداء غطاء الوجه (الخمار)	2.44	2.60	2.23
3	ممارسة الطقوس الدينية	2.76	2.99	2.48
4	الصلاة في المساجد	2.76	3.05	2.52
5	صلة الرحم وبر الوالدين	2.87	3.14	2.86
6	العمل للآخرة	2.88	3.16	2.63
7	الصدقة	2.89	2.97	2.63
8	الزكاة	2.85	2.99	2.64
9	اللجوء إلى الدين في حل المشكلات	3.03	3.15	2.68
10	الحصول على فتوى	3.17	3.28	2.63
11	الالتزام بالدين كمرجعية في الحياة اليومية	2.93	3.05	2.49
12	الاختلاط بين الجنسين في الجامعات	3.40	3.40	2.42
13	ارتباط الدين بالمظهر الخارجي(اللباس ، اطلاق اللحى)	2.98	3.09	2.72
14	طريقة الارتباط عن طريق الزواج التقليدي	2.78	2.91	2.67
15	طريقة الارتباط عن طريق الزواج العرفي	3.12	3.16	2.58
16	التردد على دور العبادة	2.65	2.89	2.70
	المجموع	2.92	3.06	2.65

يشير الجدول (45) ان اكثر القيم تاثرا بالانترنت هي (الاختلاط بين الجنسين في الجامعة) حيث بلغ متوسط اجابات الطلبة عليها 3.40 بينما اقل قيمة تاثرا بالانترنت كانت (ارتداء غطاء الوجه) وكان متوسط اجابة الطلبة عليها 2.44.

وفيما يتعلق بتاثير الفضائيات على القيم الدينية فقد كانت اكثر القيم تاثرا هي (الاختلاط بين الجنسين في الجامعة) والتي بلغ متوسط اجابات الطلبة عليها 3,40 حيث تؤثر الفضائيات

على اتجاهات الطلبة من خلال البرامج والدراما التي تعرض وتتطرق للحياة بين الشباب في الجامعة، بينما اقل قيمة تاثرا بالفضائيات هي (ارتداء غطاء الوجه) والتي كان مجموع متوسط اجابة الطلاب عليها 2.60.

اما في تاثير الهاتف النقال على القيم فقد كانت اكثر القيم تاثرا (صلة الرحم وبر الوالدين) التي بلغ متوسط الاجابة عليها 2.86 بينما كانت اقل القيم تاثرا بفعل الهاتف النقال هي قيمة(ارتداء غطاء الوجه) التي كان مجموع متوسط الاجابة عليها 2.23.

وبالعودة الى التاثير الكلي لوسائل الاتصالات على القيم الدينية فقد كان الأثر الأكبر للفضائيات بمتوسط 3.06، فالانترنت بمتوسط 2.92، فالخلوي بمتوسط 2.65، ويمكن تفسير ذلك بسبب تاثير الفضائيات الدينية التي ازداد عددها في الاونة الاخيرة ، وتوجه الفضائيات المختلفة إلى الاهتمام بعرض برامج دينية تشد الناس بشكل كبير وخاصة الفضائيات المتخصصة بالجوانب الدينية، كما ساهمت ثورة الاتصال الحديثة بتواصل الناس بالجوانب المتعلقة بالامور الدينية فاصبحت الرسائل الالكترونية تنشر اي خبر من خلال التواصل مع الاخرين بالاضافة الى الرسائل القصيرة من خلال الهاتف النقال التي اصبح من خلالها سهولة التواصل وابلاغ اي خبر، كما كان الحال خلال الحملة التي شنتها الصحف الاجنبية على الرسول صلى الله عليه وسلم، كما ان البرامج التي تعرض من خلال الفضائيات تمكن الناس من التواصل السريع والتفاعل معها من خلال ما يعرف باسم (الاتصال التفاعلي) والتي لا تقتصر على عرض البرنامج ولكن تتيح للمشاهدين التواصل وابداء الراي في البرنامج سواء بالاتصال أو الرسائل الالكترونية أو الرسائل القصيرة عبر الهاتف.

تبين الفقرة رقم(1) (الالتزام باللباس الشرعي) والفقرة رقم(2) (ارتداء غطاء الوجه) والفقرة رقم (13) (ارتباط الدين بالمظهر الخارجي) ان تاثير الفضائيات عليها احتل المرتبة

الاولى، ومن ثم الانترنت، واخيرا الهاتف النقال، حيث يمكن ارجاع سبب ذلك الـــى انتـــشار القنوات الدينية بكثرة ووجود الشخصيات التي لاقت شهرة ونسبة استماع كبيرتين تؤكدان الـــى حد كبير على الالتزام باللباس الشرعي، ومن الامثلة التي يمكن الاشارة اليها هنا البرامج التـــي يقدمها كل من الداعية عمرو خالد وعائض القرني، هذا بالاضافة الـــى الالتـــزام الـــذي يبديـــه الفنانون بالحجاب واللباس الشرعي حيث شكلت مثل هذه الحالات فرصة للتقليد والقبـــول لـــدى الشباب، هذا بالاضافة الى القنوات الفضائية التي تختص بالموضة والازياء وما اصبحت تقدمه للمسلمات فهنالك اللباس الكامل الجديد للمحجبات بشكل يتماشى مع الموضة، وارتداء الكثير من الفتيات للحجاب كنوع من مواكبة ما يرينه عبر الشاشة.

الفقرة رقم (3) (ممارسة الطقوس الدينية) والفقرة رقم (4) (الصلاة في المساجد) و الفقـــرة رقم (16) (التردد على دور العبادة) ، تشير هذه الفقرات الى قيم ممارسة الطقوس الدينية حيـــث يتبين من الارقام الواردة ان التاثير كان في الدرجة الاولى للفضائيات ومن ثم الانترنت ومن ثم الهاتف النقال، حيث يمكن تفسير ذلك من خلال الاثر الذي احدثته وسائل الاتـــصالات المختلفـــة وخاصة المحطات الفضائية التي تذكر الناس باستمرار بالشعائر الدينية اما من خلال النقل المباشر للشعائر والطقوس الدينية المختلفة كالصلوات وصلاة وخطبة الجمعة والاعيـــاد الدينيـــة، الحـــج، وغيرها، هذا بالاضافة الى البرامج الدينية التي تعرض على الفضائيات والتي تحث على التمسك بالعبادات من خلال التردد على دور العبادة كما هوالحال في فضائيات (المجد، الرسالة، الهـــدى، العفاسي) التي تعرض برامج الفتاوي والتي تدفع الشباب إلى التمسك بالتردد على دور العبادة من خلال وجود شخصيات محببة ممن يقومون بالدعوة عبر الفضائيات، حيث اشتهر عدد كبير ممن لهم تأثير قوي (عمرو الخالد، طارق سويدان، عائض القرني، احمد الشعيري...الخ) وغيرهم ممن يوصلون الرسالة بشكل محبب. وهنا يمكن الاشارة الى الدراسة التـــي اجراهـــا اعـــضاء هيئـــة

التدريس والتي اكدت على الحرص على أداء العبادات والتكاليف الدينيـــة وبخاصـــة الـــصلوات الخمس، إذ لم تعد شخصية الشاب الريفي تشكلها ظروف المجتمع الريفي وبناءه القيمي وعاداتـــه وتقاليده ونزعته المحافظة المتدينة، كما لم يظل الـــشباب الحـــضري بالشخـــصية المتحـــررة أو المستهترة والمتمردة على كل القيود أو الضغوط التي يمارسها المجتمع المحلـــي وكبـــار الـــسن ووطأة العادات والتقاليد والقيم.

وتشير الفقرة رقم (5) الى قيمة (صلة الرحم وبر الوالدين) حيث يتبين من الارقـــام ان التاثير الاكبر في هذه القيم كان للفضائيات بمتوسط حسابي 3.14، فالانترنت بمتوسط حـــسابي بلغ 2.87، ومن ثم الهاتف النقال بفارق بسيط بمتوسط 2.86 ، ويمكن تفسير ذلـــك بـــالتطور الهائل لوسائل الاتصال الحديثة التي سهلت التواصل بين الناس مع نقل الصور والبث الفضائي الذي يسهل رؤية الاخر من خلال الانترنت على الرغم من بعد المسافات، وفي ضوء ازديـــاد مشاغل الناس فقد اصبحت وسائل الاتصالات هي همزة الوصل بينهم حيث اصـــبح اعتمـــادهم على وسائل الاتصال الحديثة اكثر من السابق، وخاصة مع وجود خدمات لم تكن متوفرة مثـــل نقل الصور والمعلومات والملفات والاتصال المباشر صوت وصورة من امـــاكن بعيـــدة جـــداً وبتكاليف بسيطة واحياناً مجانية، كل ذلك ادى الى اعتماد الناس على التواصل عبر هذه الوسائل والاستعاضة عن المقابلات الشخصية كونها تختزل الزمان والمكان وخاصة عند الشباب الـــذين يمضون أوقاتهم مستخدمين تلك الوسائل الحديثة على حساب علاقاتهم الاجتماعية وتواصلهم مع العالم المحيط بهم، وبتواصلهم مع الاخرين وبالتحديد الاقارب والوالدين.

ومن خلال هذه الامكانات الهائلة في التنقل والتواصل اصبحت امكانية التواصل مـــع الناس بالاتصال والرسائل أو عبر الانترنت أو المحطات الإذاعية أو الفضائية اكثر واسهل ، مما تسبب في تأثير مباشر على صلة الرحم وبر الوالدين لقلة الاخـــتلاط بـــين النـــاس، والاكتفـــاء

بالاتصال عبر الخلوي عن الزيارات وتبادل التهاني وغيرها، فحل محل التواصل باللقـــاء مـــع الناس.

الفقرات رقم (6) (العمل للأخرة) والفقرة رقم (7) الى(الــصدقة) والفقــرة رقـــم (8) (الزكاة) تشير الى ان التأثير الاكبر للفضائيات ومن ثم الانترنت، واخيرا الهاتف النقال حيـــث يمكن الاشارة الى اهتمام الشباب في هذا الجانب من الحياة الدينية بسبب السهولة التي اصبح من خلالها القيام بهذه الاركان فقد اصبح من الممكن التصدق من خلال الانترنت او من خلال خدمة الرسائل القصيرة التي توفرها شركات الاتصالات المختلفة بالتعاون مع الجهات المختصة التـــي تسعى الى تقديم الرعاية لمن هم بحاجة اليها ومن الامثلة التي يمكن الاشارة اليها في هذا المجال ما تقوم به تكية ام على خلال المواسم المختلفة بحيث يمكن التبرع لها بمجرد ارســـال رســـالة قصيرة من الهاتف النقال، هذا بالاضافة الى البرامج الفضائية التي تعرض في اسفلها العنـــوان الالكتروني او رقم الهاتف للتبرع مباشرة من خلال اي مكان في العالم، حيث تبين من خـــلال الدراسة التي اجراها البطش والطويل (1990)على طلبة الجامعة الاردنيـــة ان النتـــائج التـــي توصلت إليها الدراسة بينت ان التدين والعمل لليوم الآخر احتلت المرتبة الأولى في هرم القـــيم الغائية.

تشير الفقرة رقم (9) (اللجوء إلى الدين في حل المشكلات) الفقرة رقم (10) (الحصول على فتوى) الفقرة رقم (11) (الالتزام بالدين كمرجعية في الحياة اليومية) الى قيمة العودة الـــى الدين كمرجع في الحياة لدى الشباب الجامعي، حيث تعكس الارقام الى ان التأثير الاكبر علـــى هذه القيم كان للفضائيات ومن ثم الانترنت واخيرا الهاتف النقال، حيث يمكن تفسير ذلـــك مـــن خلال تزايد المحطات والبرامج الدينية التي تحث الناس على التوجه إلى الدين في حل مشاكلهم، فتواصل الناس مع هذه المحطات يوجههم للدين في كل ما يواجههم من مشاكل، بالاضافة الـــى

سهولة التواصل مع من يظهرون على هذه المحطات من خلال الاتصال وارسال الرسائل من خلال الهاتف النقال والبريد الالكتروني، وخاصة البرامج التي التي تستضيف الدعاة ممن يتلقون الاتصالات على الهواء مباشرة للحصول على الفتاوى الدينية، كما يمكن الاشارة الى الخدمات التي تقدمها شركات الاتصالات التي يمكن من خلال ارسال اي استفسار ديني والاجابة عليه من خلال الرسالة القصيرة على الهاتف النقال ، هذا بالاضافة الى المواقع الالكترونية المتخصصة بتقديم المشورة الدينية والفتاوى بكل صورها، فالتواصل مع البرامج الدينية التي تمكن الناس من الاستفسار حول كل مستجدات العصر، والبرامج التي تربط الدين بالحياة المعاصرة، تدفع الناس الى الاهتمام بالرجوع الى الدين في مسائل الحياة اليومية.

تشير الفقرة رقم (12) (الاختلاط بين الجنسين في الجامعة) حيث كان تاثير الانترنت والفضائيات بنفس المعدل 3.40، ثم الخلوي 2.42، فقد اتاحت القنوات الفضائية من خلال عدد من البرامج والاعمال الدرامية نماذج من الحياة الجامعية التي تتيح نماذج لطلاب من الجنسين يمكن يشتركوا في اكثر من مهمة في الحياة ، هذا بالاضافة الى ما يمكن ان تتيحه وسائل الاتصالات الاخرى مثل الانترنت الذي يمكن من خلاله التعرف على الجنس الاخر بالاضافة الى الهاتف النقال الذي يمكن الطلاب من التعرف والتواصل المستمر بعيدا عن القيود التي كانت تفرض عليهم في حالة غياب هذه الوسائل . ويمكن من خلال هذه النتيجة الاشارة الى الدراسة التي اجراها القضاة (1999) والتي تبين من نتائجها أن للبرامج المستوردة جوانب تأثيرية على الشباب، كحب السفر للخارج، وحب السهر، ومصادقة الجنس الآخر، بالإضافة إلى التأثيرات العاطفية والدينية.

تشير الفقرة رقم (14) (طريقة الارتباط عن طريق الزواج التقليدي) والفقرة رقم (15) (طريقة الارتباط عن طريق الزواج العرفي) الى القيم المرتبطة بالزواج وطريقة الارتباط بين

الجنسين حيث تشير الارقام الواردة هنا الى ان وسائل الاتصالات الحديثة تؤثر على الشباب بحيث يؤدي ذلك الى قابلية الطلبة للاتجاه الى الارتباط عن طريق الزواج العرفي، وهو ما تشير اليه الارقام الواردة في الجدول في ان التأثير الاكبر للفضائيات فالانترنت فالهاتف النقال، حيث كان التاثير على الزواج العرفي اكثر من الزواج التقليدي، ويمكن تفسير ذلك من خلال ما يتعرض له الشباب كثيراً للفضائيات ويتأثرون بما يشاهدونهاعبر الشاشات، اضافة الى ان الزواج التقليدي لم يعد له ذلك الوجود كما كان في السابق، ذلك بفعل اسباب كثيرة واهمها ان المرأة دخلت كل الميادين التي لم يسبق لها ان دخلتها، فاصبح الاختلاط كفيل بان يؤدي الى التعارف بين الجنسين، كذلك نجد ان الكثير مما يعرض على الشاشات لا يتطرق الى الزواج التقليدي الا اذا كان مسلسلاً يتحدث عن حقبة قديمة كل ذلك ادى الى تاثر الشباب، وبالتالي تغيير نظرتهم الى الزواج التقليدي، الا ان ذلك لا يعني مطلقا التحول الى الزواج العرفي كبديل للطريقة التقليدية في اختيار شريك الحياة وانما المقصود هو ان الشاب والفتاة اصبح لهما هامش حرية اوسع في اختيار شريك الحياة. وهنا يمكن الاشارة الى الدراسة التي اجرتها رضوان (1997) والتي اشارت من خلال ما توصلت اليه من نتائج الى تغير واضح في قيم الزواج خلال سنوات الدراسة، مثل الفروق بين الزوجين، دور الأسرة التقليدي وتخليهم عن شروط الزواج التقليدية، سعياً وراء المصالح المادية.

كما يمكن الاشارة هنا الى دور الفضائيات في انتشار الظواهر الجديدة وخاصة (الزواج العرفي) الذي يتم التطرق اليه عبر الافلام والمسلسلات والبرامج الدينية والحوارية بكثرة.

يتبين من العرض السابق الذي يتعلق بالقيم الدينية ان وسائل الاتصالات لها اثر واضح في القيم الدينية لدى الشباب الجامعي في المجتمع الاردني حيث تبين من تحليل البيانات ان تاثير وسائل الاتصال على القيم الدينية حسب المقياس الذي تم اعتماده في الاستمارة تراوح بين

التاثير القليل والمتوسط والكبير، كما يمكن ربط تلك البيانات بالدراسات التي تتعلق بهذه القـيم وخاصة تلك التي اجراها الخضري (1978) التي تؤكد تغير طلاب الجامعات خلال الدراسة من خلال التغير في قيم طلاب الجامعة والتشدد في الخلق والدين، بالاضافة الـى الدراسـة التـي اجراها محمود (1990) التي اشارت الى تغير قيم الطلاب على نحو ايجـابي خـلال سـنوات الدراسة الى التمسك بالعبادات والدين وحرصهم عليها، كما اشارت الدراسة التي اجرتها التـل (2003)الى ان القيم الدينية احتلت المرتبة الأولى في هرم المنظومة القيمية لدى الطلبة.

جـ : التساؤل الخامس : ما هو الأثر الذي أحدثته وسائل الاتصال على (قيم الاستهلاك) لـدى طلبة الجامعات في المجتمع الأردني ؟

جدول (46) اثر وسائل الاتصال على تغير قيم الاستهلاك

الرقم	القيمة	متوسط درجة تأثير كل وسيلة		
		الانترنت	الفضائيات	التلفاز
1	تقليد الغير في الانفاق	3.11	3.33	2.51
2	التقليد بهدف التجديد	3.17	3.24	2.42
3	التقليد من اجل الظهور بمكانة اجتماعية عالية	3.21	3.24	2.33
4	التقليد لارتباطه بالتحضر	3.17	3.19	2.77
5	التقليد لاجل التقليد	3.03	3.04	2.72
6	تجديد الهاتف النقال	3.28	3.36	2.56
7	تغيير الملابس	3.30	3.46	2.58
8	تجديد الممتلكات الاستهلاكية	3.21	3.29	2.76
9	الاهتمام باقتناء السيارات	3.33	3.27	2.66
10	الاهتمام بالماركات العالمية	3.25	3.30	2.74
11	تجديد اثاث المنزل بشكل دائم	3.12	3.15	2.45
12	تقليد الحياة الغربية	3.18	3.25	2.75
13	التسوق من المحلات التجارية الكبرى (المولات)	3.17	3.31	2.96
14	قضاء وقت الفراغ في السينما	2.85	2.91	2.50
15	قضاء وقت الفراغ في الملاهي	2.94	2.95	2.66
16	الاستماع الى الاغاني الاجنبية	3.12	3.10	2.59
17	ارتياد المقاهي (COFFE SHOP)	3.07	3.02	2.57
18	التردد على المقاهي الالكترونية	3.25	3.00	2.50
19	الذهاب الى المكتبات العامة	2.77	2.78	2.42
20	زيارة الحدائق العامة	2.60	2.89	2.53
21	زيارة المواقع الاثرية	2.84	2.95	2.56
22	قصة الشعر	3.06	3.28	2.62
23	طريقة اللبس	3.10	3.28	2.66
24	التقيد باللباس التقليدي	2.83	2.82	2.70
25	متابعة الموضة	2.20	3.27	2.58
26	تقليد الفنانين في اللباس	3.12	3.27	2.34
27	تقليد الفنانين بقصة الشعر	3.00	3.14	2.58
28	الميل الى الالتزام بالماركات العالمية للباس	3.02	3.19	3.34
29	ارتداء اللباس المتحرر	2.88	2.99	2.64
30	اعتبار اللباس التقليدي مؤشر على نموذج الشخصية التقليدية	2.79	2.93	2.64
31	الاعتماد على الشكل الخارجي لتدعيم المكانة	3.09	3.12	2.82
32	المظهر الخارجي العصري يعكس الشخصية المنفتحة	3.02	3.12	2.82
33	الاعتماد على عمليات التجميل لتغيير ملامح الوجه عند النساء	2.94	3.06	2.92
34	مطاعم الوجبات السريعة تعكس الانفتاح على الحياة العصرية	2.98	3.04	2.94
35	دعوة الاصدقاء الى مطاعم الوجبات السريعة	2.98	2.94	2.83
36	تناول الطعام في مطاعم الوجبات السريعة وعدم الالتزام بالطعام المنزلي	3.03	2.90	2.88
37	طلب الطعام من مطاعم الوجبات السريعة الى المنزل	2.84	2.82	3.25
38	التردد على مطاعم الوجبات السريعة يزيد من اهتمام الاخرين بي	2.65	2.74	2.95
39	تناول الطعام في مطاعم الوجبات السريعة يوفر على الوقت	2.91	3.04	2.59
40	التردد على مطاعم الوجبات السريعة قلل من الارتباط بالحياة الاسرية	2.92	3.04	2.74
41	تزداد مكانة الطالب الذي يتردد على مطاعم الوجبات السريعة	2.69	2.79	2.76
المجموع		3.02	3.09	2.76

تشير الارقام الواردة في الجدول الى ان اكثرالقيم تاثرا بفعل الانترنت هي قيمة (الاهتمام باقتناء السيارات) حيث كان متوسط اجابات الطلبة عليها 3.33، بينما كان اقل تـأثيراً للانترنت على قيمة (متابعة الموضة لدى الشباب) وكان متوسط اجابات الطلبة عليها 2.20 .

أما الفضائيات فقد تاثيرها على قيمة (تغيير الملابس) بمتوسط 3.46، وأقل القيم تأثيراً بالفضائيات كان على قيمة (التردد على مطاعم الوجبات السريعة) بمتوسط 2.74.

وقد كان تاثير الخلوي بشكل على قيمة (الميل إلى الالتزام بالماركات العالمية للباس) بمعدل 3.34 بينما اقل تاثير للهاتف النقال كان على قيمة (التقليد من اجل الظهور بمكانة اجتماعية عالية) بمعدل 2.33.

وبالعودة الى القيم بشكل عام فان التأثير الأكبر كان للفضائيات بمعدل 3.09 ويليها الانترنت 3.02 فالخلوي 2.26 ويمكن تفسير ذلك من خلال ارتباط التقليد بشكل عام فيما يراه الانسان ويعجب به، وهو ما توفره الفضائيات للافراد من خلال البرامج المختلفة والفضائيات المتخصصة التي تركز على الجوانب الاستهلاكية من خلال عرض المسلسلات والبرامج الواقعية التي تركز على مظاهر الاستهلاك، وهو ما يتفاعل معه المشاهد بشكل اكبر ويرتبط به، كذلك تقوم الفضائيات بتسهيل عرض السلع من خلال المحطات التي تبث كل ما يحتاجه المستهلك من سلع كقنوات العقارات، الآلات الرياضية، الملابس والأزياء، العطور ومساحيق التجميل، ومنها ما يؤمن وصول السلع المطلوبة لباب المنازل، والمحطات السياحية، وعروض السيارات والهواتف النقالة، وغيرها.

هذا بالاضافة الى الانترنت الذي وفر للناس الدخول الى المواقع الرسمية للماركات العالمية والاطلاع على ما تعرضه والتسوق مباشرة مع توفير خدمة التوصيل الى اي مكان في

العالم ، وهو ما ساهم في تقليد الاخرين بالاضافة الى اقتناء ما يقتنية الاخرين في العالم وهو ما ساهم في سيادة القيم العالمية ، فاصبح الجميع يتمثل نفس القيم الاستهلاكية في العالم .

تشير الفقرات من (2، 3، 4، 5 ، 10 و12) الى قيم التقليد لدى طلبة الجامعة مع بيان الغاية التي يلجا فيها الطلاب الى التقليد وهو ما يؤدي الى الاستهلاك حيث تشير الارقام الواردة في الجدول الى تاثير الفضائيات في الدرجة الاولى، حيث يتبين ان قيمة تقليد الغيــر تــرتبط بشكل اساسي عند طلبة الجامعات بالدرجة الاولى بهدف تقليد الماركات العالمية ومن ثم تقليــد الحياة الغربية والتجديد والظهور بمكانة اجتماعية عالية ومن ثم التقليد لارتباطه بالتحضر، بينما جاءت في المرتبة الاخيرة التقليد لاجل التقليد، حيث يتضح من خلال المتوسطات الحــسابية ان التاثير الاكبر على هذه القيمة كان بسبب الفضائيات وفي المرتبة الثانيــة جــاء التــاثير بفعــل الانترنت بينما جاء في المرتبة الاخيرة التاثير بسبب الهاتف النقال .

ويمكن تفسير ذلك الى ان الفضائيات والانترنت يشاهدونهما الشباب بكثرة مما يؤدي بهم إلى محاولة تقليد ما يشاهدونه متأثرين بالعروض التي يشاهدونها عبر البرامج وخاصة تلك التي تركز على الانفاق والتوجه إلى مواكبة كل ما هو جديد من خلال ما يشاهدونه عبر الفــضائيات من مظاهر الاتفاق المختلفة، فتأثير البرامج الفضائية كبير من خلال ما يعــرض مــن بــرامج تختص بكل ما هو حديث.

كما يمكن تفسير ذلك من خلال ارتباط التقليد بالقبول الاجتماعي لدى الطلاب وخاصــة في الوسط الجامعي الذي يعتبر مجالا للتنافس بكل ما هو استهلاكي وهو ما يدفع الشباب للربط بين ما يشاهدونه وما يلقى استحساناً لدى الناس، حيث يعبر الشباب من خلال تقليد ما يشاهدونه على أنه نوع من التحضر ودليل ذلك بمواكبة ما هو جديد، وممكن ملاحظة ذلــك مــن خــلال

سلوكهم واهتمامهم بتقليد ما يشاهدونه على الفضائيات، من ملابس ومقتنيات وما يتعلق بمظهرهم الخارجي وغيره، وتعاملهم مع الأمر كأنهم في ميدان تنافس.

تشير الفقرات (6، 7، 8 ، 9 ، 11، 13) الى قيم التجديد في الممتلكات الاستهلاكية، ويتبين ان الشباب في الجامعات يميلون الى التجديد في ممتلكاتهم مثل السيارات والهاتف النقال والملابس واثاث المنزل، حيث تشير الارقام الواردة هنا الى ان التاثير كان في المرتبة الاولى للفضائيات باستثناء تجديد السيارت الذي كان فيه تاثير الانترنت اكثر، حيث يمكن ارجاع ذلك الى قيام الفضائيات بعرض كافة انواع الممتلكات الاستهلاكية على اختلافها، ومشاهدة الشباب للبرامج بكثرة تدعوهم إلى البحث عن امتلاك ما يشاهدونه باستمرار.

ويمكن تفسير هذه النتائج بالعودة الى تاثير البرامج والإعلانات التجارية التي تروج للهواتف النقالة الحديثة، حيث اصبحت بعض الهواتف النقالة ترتبط اسمائها بشخصيات عالمية من ممثلين وهو ما تروج له الفضائيات، من خلال الاعلانات المختلفة، ويتهافتون على تلك الهواتف التي تحمل أسماء المشاهير الذين يروجون لإعلانات الهواتف، فنجد أن اسم ماركة الجهاز اختزلت لترتبط باسم احد الشخصيات المشهورة، بالاضافة الى الخدمات الجديدة التي تضاف إلى الهواتف مما يدفع الشباب إلى البحث عن تلك الهواتف واقتناءها، هذا بالاضافة الى وجود قنوات متخصصة بالهواتف النقالة .

ولم يقتصر الترويج على اجهزة الاتصالات والملابس بل يوجد قنوات متخصصة لعرض احدث الأثاث والترويج له، فهنالك قنوات متخصصة مثل قنوات اصول التي تعرض الأسعار، وتهتم بعرض المنازل والأثاث وأماكن الشراء، كما تساهم الفضائيات من خلال ما يعرض على الشاشات من مسلسلات ببيان احدث انواع الأثاث بالاضافة الى البرامج التي تعلم

كيفية ترتيب الاثاث، مع إمكانية شراء الأثاث عن طريق الاتصال بالمحطات وتأمين وصـــوله الى المنزل من اي مكان في العالم .

كما يوفر الانترنت احدث الماركات العالمية للسيارات، ومواقع المزادات التي تتيح لكافة مستخدمي الانترنت البحث عن السلع الاستهلاكية وبالتحديد " السيارات والهواتف النقالة" بأسعار مختلفة ووجود ميدان قوي للتنافس على البيع بأرخص الأسعار، وهو ما يتوفر للشباب باعتبارهم أكثر شريحة تستخدم الانترنت مما يدفعهم بالتالي إلى مشاهدة ومواكبـــة عـــروض الـــسيارات العالمية وتواصلهم معها.

وقد سهل التسوق من الاسواق التجارية الكبرى- المولات اهتمام الافـــراد بالماركـــات العالمية، حيث اصبحت هذه المولات توفر في مكان واحد لا تتعـــدى مـــساحته ١ كـــم2 جميـــع الماركات العالمية وهو ما سهل الاطلاع عليها والتسوق منها .

اما القسم الاخر في القيم الذي يمكن الاشارة اليه فهو قيمة قضاء وقت الفـــراغ والتـــي عبرت عنها الفقرات رقم (14، 15، 16، 17، 18، 19، 21،20) والتي يمكـــن مـــن خـــلال المتوسطات الحسابية المبينة في الجدول الاشارة الى ان وسائل الاتصالات اثرت في الطرق التي يقضي فيها الطلبة اوقات الفراغ والاماكن التي يرتادوها حيث يمكن الاشـــارة الـــى ان تـــاثير الفضائيات جاء في المرتبة الاولى باستثناء قيمة ارتياد المقاهي والمقاهي الالكترونية التي كانت المتوسطات الحسابية فيها تشير الى ان التاثير عليها كان بفعل الانترنت .

ويمكن ارجاع ذلك الى الاهمية التي يوليها طلبة الجامعات الى قضاء وقت الفراغ والتي تشير الى تبدل الاهتمامات تجاه الاماكن الجديدة التي ساهمت وسائل الاتصالات الحديثـــة فـــي زيادة الاهتمام بها مثل مقاهي الانترنت، فلم تعد فيها الاهمية الى الاماكن القديمة مثل المكتبـــات

العامة والاماكن الاثرية التي حلت مكانها الاهتمام بالقيم الحديثة التي تركز على الانترنت والاستماع الى الاغاني الاجنبية والذهاب الى السينما .

كما يمكن تفسير اهتمام الطلبة بالاماكن السياحية بسبب البرامج التي تبثها المحطات التي تهتم بالسياحة وتعرض العديد من المواقع الأثرية، وأسماء الفنادق وتقدم كل ما يتعلق بخدمات السياحة مثل قناة (mtc) والبرامج المختلفة التي تروج للاماكن السياحية، وبذلك يتعرف المشاهد على ما يمكن زيارته، ويختار بكل حرية ما يريد زيارته حيث يمكن من خلال الانترنت ترتيب كل ما يتعلق برحلته الى اي منطقة سياحية يريدها .

كما يهتم الطلبة بقضاء اوقات الفراغ في السينما حيث ساهمت الفضائيات بزيادة الاهتمام بهذا الجانب من خلال عرض احدث الأفلام وكيفية تصويرها ولقاءات مع مشاهير العالم سواء العربي أو الغربي، بالاضافة الى البرامج التي تقدم لمحات عن الأفلام واحدث ما يعرض على شاشات السينما العالمية، فهنالك البرامج والقنوات المختصة بالأفلام كقناة (SHOW TIME) التي تعرض مقتطفات لأهم الأفلام، وبرامج (American Chart Show) و (Box Off) لأهم الأفلام الأمريكية، وهو ما يؤدي في النهاية الى اهتمام الشباب بهذه الافلام، بالاضافة الى تسابقهم على مشاهدتها.

كما يمكن الاشارة الى تاثير الفضائيات في زيادة الاهتمام بالاغاني من خلال الاطلاع على احدثها من خلال القنوات المختصة التي تعرض الاغاني الاجنبية بالاضافة الى الانترنت الذي يعرض كافة الأغاني من مختلف أنحاء العالم ، وبفعل الاطلاع المستمر للشباب على الانترنت وبسبب اهتمامهم بالأغاني الغربية أكثر من غيرهم فإنهم يستمعون إلى ما يشاءون من أغاني أجنبية من دون مقابل مادي يوفر عليه البحث عنها في محالات لبيع الاسطوانات.

ويشير القسم الثالث من قيم الاستهلاك الى قيم الاهتمام بالشكل الخارجي سواء في اللباس او قصة الشعر وهو الذي تشير اليه الفقرات (22، 23 ، 24 ، 25 ، 26 ، 27 ، 28 ، 29، 30 ، 31 ، 32 ، 33) وهو ما يمكن ان يرتبط بقيم التقليد التي زادت لدى طلبة الجامعات، وقد كان التاثير الاكبر في هذه القيم بفعل الفضائيات باستثناء الفقرة رقم 28 التي كان التاثير فيها يعود الى الهاتف النقال ، والفقرة رقم 23 التي كان التاثير الاكبر فيها يعود الى الانترنت .

وتشير الارقام الواردة في الجدول الى ان وسائل الاتصالات اثرت في اهتمام الشباب الجامعي بالشكل الخارجي سواء كان ذلك من خلال اللباس او من خلال قصة الشعر او من خلال متابعة الموضة، حيث يربط طلبة الجامعات الشكل الخارجي بالمكانة الاجتماعية ويعتبرون ان المظهر الخارجي يعكس الشخصية المنفتحة، فقد اعتاد الشباب ان ينظروا إلى الشخص ويحكموا عليه من لباسه، فاللباس يدل على مدى انفتاح الإنسان وتقبله للثقافات الأخرى ومدى مواكبته للموضة والتغيير وانه ليس تقليدياً، ولذلك يميل طلبة الجامعات الى الاهتمام بقصة الشعر واللباس والميل الى تقليد الاخرين وخاصة الفنانين ومتابعة الموضة، هذا بالاضافة الى اهتمام النساء بتغيير ملامح الوجه من خلال عمليات التجميل وقد تعدى التقليد لدى الفتيات الى الاعتماد على عمليات التجميل لتغيير ملامح الوجه بعد ان اصبحن يتابعن المحطات المتخصصة التي تهتم بعرض عمليات التجميل سواء في الوطن العربي أم الغربي مثل محطة (جرس) التي تتابع كل العمليات وتبثها، وتعطي اسماء مراكز متخصصة بذلك، وكذلك البرامج التي تقدم عبر الشاشة مثل (Tayra) بالصراحة احلى (Beauty Clinic) وغيرها. ويمكن هنا الاشارة الى الدراسة التي اجراها القضاة (1999) والتي اشار فيها أن للبرامج المستوردة جوانب تأثيرية على الشباب، كحب السفر للخارج، وحب السهر، ومصادقة الجنس الآخر،

بالإضافة إلى التأثيرات العاطفية والدينية والعلاقة بالأسرة والمحيطين والسلوك واللباس وقصة الشعر.

وتهتم برامج الفضائيات بالمظهر الخارجي وبكل ما هو حديث، حيث يتاثر الشباب بكل ما يعرض على الشاشة ويكون التاثير اكبر عليهم كانت من قبل المشاهير، وتبلغ درجة التاثير الى الحد الذي يمكن مشاهدة هذا التقليد في الشوارع، وخاصة لباس الشباب للبنطال الذي يتميز بالخصر المنخفض (Low West) وغيرها من الظواهر التي التي من الصعب على الشباب تقبلها لو لم تكن عرضت في الفضائيات .

وتتشكل هذه القناعات بوجود قنوات متخصصة تعرض أهم الموضات العالمية والماركات وما يعرض في دور الأزياء، مثل قناة (Fashion Arabia, Fashion) المتخصصات بعروض الأزياء وآخر الموديلات، كذلك البرامج على قنوات التلفزة التي تهتم بطريقة اللباس كبرامج (بصراحة احلى، ستايل مع جويل، Style).

كما يهتم الشباب بما يشاهدونه من الملابس التي يرتديها المذيعين والممثلين والمطربين، وبذلك يميل الشباب الى (تقليد الفنانين باللباس) ، ويكون هنا للفضائيات الأثر الأكبر في هذا النوع من التقليد، وذلك لأن الشباب يتابعون الفنانين من خلال الفضائيات ويشاهدون ما يرتدونه من ملابس، ذلك التقليد الذي ينبع من اعجابهم بشخصياتهم، فيهتمون بأن يكونو مثلهم، ومن الامثلة التي يمكن الاشارة اليها ظهور سترة عمرو ذياب والتي اشتهرت بين الشباب حيث نجد العديد منهم يرتدونها واهتمام الشباب بوضع شرائط القماش على معاصمهم، وارتداء الاساور الجلدية التي يرتديها الفنانون، لدرجة أنه تم نشر مؤخراً أن بعض الفنانين الغربيين ممن ينتمون لجماعات دينية يرتدون اساور جلدية بشكل معين للدلالة الى نهم اعضاء في هذه الجماعات، وهنا ابناء العرب يرتدونها تقليداً دون علمهم بما ترمز إليه.

وقد وصل تاثير قيم الاستهلاك لدى الشباب الجامعي الى تقليد الاخرين في قصة الشعر وهو ما تعرضه الفضائيات من أحدث قصات الشعر من خلال احـدث المسلـسلات والافـلام والبرامج للفنانين، فما يلبث أن يظهر فنان مشهور بقصة شعر حتى نجدها في اليوم التالي فـي الجامعات والشوارع ، مثل (قصة كاظم الساهر، كاريس بشار، امل مجازي، وائـل كفـوري) وتسمى هذه القصات باسماء المشاهير والفنانين وترتبط بهم، إلى حد انها تطلب بكثرة لمجـلات الحلاقة والتزيين في مختلف البيئات، حتى ان هذه المظاهر من التقليد لم تقتصر على الـذكور ولكنها تعدت الى الفتيات التي اصبحن يقدمن على قصات جريئة كالشعر القصير جداً للفتيات.

اما المستوى الرابع الذي يمكن الاشارة اليه هو قيم الاستهلاك التي ادت الى تغير فـي عادات الاكل بسبب تناول الوجبات السريعة التي انتشرت بعد انتشار المطاعم الامريكية . وهو ما تشير اليه الفقرات (34 ، 35 ، 36 ، 37 ، 38 ، 39 ، 40 ، 41) التي يمكن الاشـارة بعد الاطلاع على ارقام المتوسطات الحسابية ان التاثير كان موزعا بـين وسـائل الاتـصالات الثلاث الفضائيات والانترنت والهاتف النقال ، ويبرر الشباب الجامعي هذا التاثير مـن خـلال الاعتقاد ان التردد على هذه المطاعم يعكس الانفتاح على الحياة العصرية ويودي الـى زيـادة اهتمام الاخرين به لذلك تزداد قيمة تناول الطعام في مطاعم الوجبات السريعة ودعوة الاصدقاء الى هذه المطاعم بالاضافة الى طلب هذه الوجبات الى المنزل وهو ما يؤدي الى عدم الارتبـاط بالحياة الاسرية ، وهو ما يمكن التاكيد عليه من خلال الدراسة التي اجراها العايد (2001) والتي اشار فيها أن هنالك عناصر ثقافية متحركة ومتغيرة متأثرة داخل الثقافة العربية بحيث تحركـت هذه العناصر بفعل التأثر عن طريق وسائل الاتصال والاحتكاك الثقافي بالثقافات الأخرى، وقـد كان هذا التأثر بفعل وسائل الإعلام والانترنت وغيرها من طرق التأثير التي أدت الى فـرض

أنماط استهلاكية وسلوكية جديدة، كما أثبتت الدراسة بأنه لا يوجد أي تبدل كلي ورفض للثقافة العربية، وهنالك حراك مستمر في العادات والتقاليد والقيم، بفضل وسائل الاتصال والاحتكاك الثقافي، كما وقد تغيرت عادات الأكل من حيث تناول الوجبات السريعة بسبب انتشار المطاعم الأمريكية.

وبالتالي فان اغلب ما يعرض على شاشة الفضائيات هو ترويج للثقافة الغربية التي تعتمد على نمط الحياة السريع الذي يرتبط بما يسمى بعالم ماك ، حيث تكثر الاعلانات المرتبطة بالمطاعم العالمية مثل (ماكدونالدز، هارديز، دمينوز بيتزا، بيتزا هت، مطاعم كنتاكي) وتوفير خدمات فيها مثل توفير عرض الفضائيات المدفوعة الاجر داخل صالات المطاعم، أو افتتاح الفروع من قبل المشاهير أو تقديم نسخة مما سيعرض على شاشة احدى القنوات التي تشد الشباب مع طلبات التوصيل إلى المنازل.

كما يرتاد الطلبة هذه المطاعم بهدف التعرف على الجنس الاخر، حيث تساعد خدمات الخلوي المتعددة على تكوين الصداقات وبالتالي تزيد من اهتمام الشباب ببعضهم البعض، فقد اعتاد الشباب عند ارتياد مطاعم الوجبات السريعة على استخدام خدمة البلوتوث التي توفر تبادل الرسائل والصور والاغاني وغيرها، فان دخلت إلى تلك المطاعم أو إلى المقاهي (Coffee Shop) وحاولت استخدام تلك الخدمة يمكن التعرف على عشرات الاجهزة لاستقبال أي شيء من جهازك، ويحصل ان يتم التعارف بين الشباب عن طريق تلك الخدمة التي يستخدمونها في المطاعم والمقاهي، هذا بالاضافة الى ان استخدام الهاتف النقال يمكن ان يسهل عملية طلب الوجبات السريعة الى المنزل وخاصة ان الغالبية من هذه المطاعم تقدم خدمة التوصيل الى المنازل او الى اي مكان .

ويزداد الإقبال على هذه المحال من قبل طلبة الجامعات لاعتقادهم ان ارتيادها يعكس المكانة الاجتماعية حيث يتم الترويج لمطاعم الوجبات السريعة عبر الفضائيات كونها مطـاعم عابرة للقارات موجودة بكل مكان ترتبط بالحياة الغربية التي يحبها الشباب ويعمدون إلى مواكبة كل ما هو جديد، وهي جزء مكمل من ثقافة الغرب لارتباطها به، وكون ما يعرض على شاشة الفضائيات له ارتباط وثيق بالحياة الغربية، ذلك يشجع الشباب ويدفعهم إلى التفكيـر بالـذهاب للمطاعم كنوع من التصرف الايجابي الذي يلفت إليه النظر، حيث يعتقد ان التردد علـى تلـك المطاعم دليل على اهتمامهم بتلك الجزئية من الحياة الغربية وذلك يعكس انفتاحه وتقبله لكل مـا هو جديد وملفت.

يشير التحليل السابق لقيم الاستهلاك الى تاثير وسائل الاتصالات الحديثة على الثقافـة الاستهلاكية في حياة طلبة الجامعة في المجتمـع الاردنـي، حيـث تبـين مـن المتوسـطات الحسابيةالواردة في الجدول ان تاثير هذه الوسائل على قيم الاستهلاك تدرج بين درجة التـاثير القليلة الى المتوسطة والكبيرة حسب المقياس الذي تم اعتماده في الاستمارة، وهـو مـا يمكـن الاشارة من خلاله الى ان حياة الطلبة تتاثر بهذه الابعاد التي يميل فيها الشباب الى تقليد الحياة الغربية من خلال الاهتمام بالمظاهر الاستهلاكية بعد ان سهلت لهم وسائل الاتصالات الحديثـة الاطلاع على كل ما يتعلق بكافة الثقافات، حيث ازداد هذا الاثر بعد سيطرة وسـائل الإعـلام الغربية على إنتاج البرامج التي تروج لثقافة الغرب، ومنها البرامج المشهورة التي تعرض على الشاشات والتي تتلقى رواجاً كبيراً مثل برامج تلفزيون الواقع و ستار أكاديمي وسـفاري التـي تمتاز بالطابع الغربي في نمط الحياة وطريقة اللبس والمظهر الخارجي وغيرهـا مـن انمـاط الاستهلاك التي تستهدف فئة الشباب.

وتلقى هذه البرامج اهتمام الشباب لأنها برامج تستهويهم ويهتمـون بمتابعتهـا كونهـا موجهة لهم ، وهو ما اشارت اليه الدراسات التي تم استعراضها سابقا والتي اشارت الى التغير القيمي وزيادة الاهتمام بقيم الاستهلاك بفعل التاثر بوسائل الاتصالات والتـي يـزداد بازديـاد التعرض لوسائل الاتصالات حيث اشارت الدراسة التي اجراها منصور(1999) الى تبدلات في السلوك الاستهلاكي بسبب الفضائيات التي تساعد على الغزو الاجنبي والى العـادات والتقاليـد الدخيلة فكلما زاد تعرض الشباب الى الفضائيات ادى ذلك الى زيادة الاثار الاجتماعية الـسلبية عليهم كما يمكن الاشارة هنا الى الدراسة التي اجرتها رضوان(1997) والتي اشارت في نتائجها ان وسائل الاعلام تؤدي الى تاثير على القيم الاقتصادية والاستهلاكية ، بالاضافة الى الدراسـة التي اجراها العايد (2001) والتي اشار فيها الى ان وسائل الاعلام ادت الـى فـرض انمـاط استهلاكية وسلوكية جديدة بالاضافة الى حراك مستمر في العادات والتقاليد والقيم .

ومن المحطات المشهورة التي تهتم بنشر ثقافة الغرب، وهي المحطات التـي حـصلت على نسب تكرار عالية في الجدول رقم 43 الذي تم الاشارة اليه سابقا مثل قنوات (mbc) التي تركز على الأفلام والبرامج الغربية البحتة، فيعمد الشباب إلى الاهتمام بطريقة الحيـاة الغربيـة كارتياد مطاعم الوجبات السريعة وتقليد المظهر الخارجي، وحتى طريقة التحدث بمـا يـسمونه الآن (العربيزي) وهي ما يقصد بها دمج اللغتين العربية والانجليزية واهتمامهم بالمـصطلحات الغربية والتي ازدادت بعد استخدام الانترنت حيث يمكن الاشارة هنا الى الدراسة التي اجرتهـا عرفان (2001) والتي اشارت في نتائجها الى طبيعة الآثار التي تركتهـا شـبكة المعلومـات العالمية (الانترنت) على حياة الشباب المستخدمين لها، حيث كانت أبرز الآثار الإيجابيـة هـي تحسن لغتهم فيما كانت الآثار السلبية بميلهم للعزلة عن الآخرين.

كما يمكن من خلال قيم الاستهلاك الاشارة الى التاثير المرتبط بقيم العولمة الامريكيــة حيث اصبح الشباب لا يبتعدون كثيرا عن القيم التي يمكن ان يتمثلها اي فئة اخرى من الـشباب في العالم ، فقد اشارت الدراسات السابقة الى هذا الاثر ومنها الدراسة التي اجراها سينغ-جـن مون (SEUNG-JUN MOON) للتعرف على اثر التعرض لوسائل الإعلام على القيم الثقافية الاستهلاكية للشعب الكوري، وكيف أن بعض القيم الاجتماعية المختلفة تؤثر على تقبل قيم الثقافة الأمريكية من خلال استجابة الأفراد للمثيرات الإعلانية، حيث تبين أن الذين لا يعيـشون فـي محيط ثقافتهم يكون تأثير وسائل الإعلام على قيمهم واستعدادهم لتقبل الثقافة الأمريكية اكثر من أولئك الذين يعيشون في إطار ثقافتهم حيث تكون نسبة التغير الثقافي اقل. بالاضافة الى الدراسة التي اجراها ويندي ونغ والتي اشارت نتائجها الى تأثير الوظائف الإيديولوجية للإعلان، وتأثير وسائل الاتصال بشكل عام، ومساهمتهما في نمو ثقافة العولمة في هونغ كونــغ، فقــد أبــرزت النتائج أن الثقافة الاستهلاكية الرأسمالية أدت الى تعديل القيم التقليدية للمجتمــع بالــشكل الــذي يتماثل مع القيم التي يتطلبها الفكر الرأسمالي الاستهلاكي، وأنه ليس فقط أن تطور الرأســمالية يتطلب هجر أو استبدال القيم التقليدية ولكن كذلك أن عملية التحديث في هونغ كونغ كانت عملية توجه نحو الغرب، وأن الثقافة الاستهلاكية الجديدة نمت من بقايا القيم الثقافية والمثاليات التقليدية لهذا المجتمع وجلبت معها ليس فقط عادات استهلاكية بل تغيرات أساسية في القيم .

كما يمكن الاشارة هنا الى الدراسة التي اجراها اعضاء هيئة التدريس والتي تبــين مــن خلال نتائجها اقتباس كثير من البرامج الإعلامية من أمريكا وأوروبا الغربية، وهي مجتمعــات تتميز باختلاف ثقافتها وتقاليدها عن الثقافة المصرية، ومحاكاة كثير مــن العــادات المــستحدثة عندهم، والتي لا تتفق مع التقاليد مما يضر بالشباب ويؤدي إلى نتائج سلبية.

حـ : التساؤل السادس : ما هو الاثر الذي أحدثته وسائل الاتصال على (قيم التعليم) لـدى طلبة الجامعات في المجتمع الأردني؟

جدول (47) اثر وسائل الاتصال على تغير قيم التعليم

الرقم	القيمة	متوسط درجة تاثير كل وسيلة: الانترنت	الفضائيات	الخلوي
1	اختيار التخصص	3.30	3.09	2.51
2	الاهتمام بالدراسة المرتبطة بالاعمال الذهنية (التي تتطلب بحثا في المختبرات والتواصل مع العالم الخارجي)	3.04	2.93	2.71
3	تقليد الحياة الجامعية الغربية	3.07	2.05	2.73
4	اختيار البرامج الاجنبية المتوفرة في الجامعات الاردنية	2.99	2.90	2.52
5	اختيار التخصصات التي تلتزم بالمناهج الامريكية	3.16	2.94	2.58
6	دراسة التخصصات التي لها علاقة بالكمبيوتر والانترنت	3.44	3.09	2.75
7	اختيار بلد الدراسة لاكمال الدراسات العليا	3.37	3.07	2.77
8	الاهمتام بالدراسة في الخارج	3.29	3.00	2.66
9	الحصول على شهادات الدراسات العليا من الخارج	3.29	3.13	2.49
10	مواكبة كل ما هو جديد في التخصصات العلمية	3.42	3.06	2.60
11	ارتفاع مكانة المتعلمين	3.37	3.15	2.58
12	الاهتمام بالتعليم عن بعد	3.24	2.89	2.55
13	اختيار التخصصات الدينية في الجامعات	2.81	2.65	2.96
14	الجدية في الدراسة	3.05	2.98	2.68
15	الكفاءة في التحصيل العلمي	3.45	2.93	2.64
	المجموع	3.19	2.99	2.57

تشير النتائج الواردة في الجدول (47) ان الانترنت اثر على قيم التعليم ككل، فقد كـان تاثير الانترنت بصورة واضحة على قيمة (دراسة التخصصات التي لهـا علاقـة بـالكمبيوتر

والانترنت) بمتوسط بلغ 3.44، اما اقل القيم تاثرا بفعل الانترنت كان علــى قيمــة (اختيــار التخصصات الدينية في الجامعات) بمعدل 2.81.

وكانت أكثر قيمة تاثرت بالفضائيات قيمة (ارتفاع مكانة المتعلمــين) بمتوســط 3.15، بينما اقل قيمة تاثرت بالفضائيات قيمة (تقليد الحياة الجامعية الغربية) بمتوسط 2.05.

اما فيما يتعلق بالهاتف النقال فقد كان التاثير الاكبر على قيمة (اختيــار التخصــصات الدينية في الجامعات) بمتوسط 2.96 ، بينما كان اقل تاثير للهاتف النقال على قيمة (الحــصول على شهادات الدراسات العليا من الخارج) بمتوسط 2،49 .

ومن خلال العودة الى التاثير الكلي لوسائل الاتصالات يشير الجدول إلــى أن التــأثير الأكبر على قيم التعليم كان بفعل الانترنت حيث بلغ المتوسط الحسابي لاجابات الطلبــة عليهــا 3.19، تلتها الفضائيات بمتوسط2.99، ثم الهاتف النقال بمتوسط 2.57، ويمكن تفــسير ذلــك بسبب ارتباط الانترنت بالكثير من التخصصات الحديثة، وارتباطه الوثيق بالعمل، حيث أصــبح من النادر وجود عملاً ليس مرتبط بالانترنت، ومن ناحية أخــرى اصــبح الانترنــت حاجــة ضرورية في كل جامعة، حيث يتم ربط الجامعة بشبكة انترنت عبر موقــع متخــصص يــوفر للطلبة إمكانية التسجيل، واستعراض الكليات والتخصصات الموجودة فيها، والمواد المطروحــة بكل فصل، وكل ما يتعلق بمرافق الجامعة والكادر الإداري والأكاديمي، ودخول المكتبــة ومــا تحويه من كتب ومصادر أخرى.

بالإضافة إلى وجود خدمات تعليم عن بعد وربط المحاضرات بين الجامعات في مختلف الدول عبر الانترنت، مثلا جامعة العلوم والتكنولوجيا تقدم لطلابها محاضرات مــشتركة بــين الجامعة وجامعات امريكية، فيقدم الانترنت الخيارات العالمية، والتخصصات العالمية الرائجة في سوق العمل، وتسهيل الدراسة عن بعد، والتواصل مع احدث ما يتوصل إليه في حقل الدراســة

والتخصص، حيث لا يتكرر البحث في المجال الواحد، فيتم استثمار الوقت والجهد بالاطلاع على ما تم التوصل إليه والاستفادة بإكمال ما تم بحثه .

كان للانترنت الاثر الاكبر على الفقرة رقم (1) (اختيار التخصص) حيث بلغ متوسط اجابات الطلبة عليها 3.30، ومن ثم الفضائيات بمتوسط 3.09 ، واخيرا الهاتف النقال الذي بلغ متوسط اجابات الطلبة عليه 2.51، حيث يمكن تفسير ذلك من خلال استخدام الشباب للإنترنت بشكل كبير وهو ما يمكن ان يعرفهم على افضل التخصصات في العالم، وبالتالي يكونون أقدر على اختيار التخصصات الأفضل لسوق العمل، والتي من الممكن ان يطور نفسه من خلالها بحيث يختار التخصصات التي يجد نفسه فيها، حيث يوفر الانترنت مواقع مختلفة لكافة الجامعات مع امكانية التعرف على التخصصات المطلوبه بكثرة من خلال استعراض مواقع متخصصة بكل مجال تشرح بالتفصيل عن كل تخصص، مما يتيح سهولة الاستعراض والاختيار بطريقة مدروسة ومقنعة.

الفقرة رقم (2) (الاهتمام بالدراسة التي ترتبط بالاعمال الذهنية) كان تأثير الإنترنت على هذه الفقرة يحتل النسبة الاكبر بمتوسط بلغ 3.0، ومن ثم الفضائيات بمتوسط بلغ 2.93، واخيرا الخلوي الذي وصل متوسط اجابات الطلبة على تاثيره على هذه القيمة 2.71، ويقصد بالتخصصات التي لها علاقة بالاعمال الذهنية هي تلك التخصصات التي تتطلب بحثا في المختبرات والتي تتطلب التواصل مع العالم لمعرفة اخر ما توصلت اليه الابحاث العلمية . حيث اتاح الانترنت لهذه الفئة من الطلاب من التواصل مع العالم الخارجي لمعرفة اخر ما تم التوصل اليه في العالم بخصوص هذه الميادين العلمية .

الفقرة رقم (3) (تقليد الحياة الجامعية الغربية) بلغ متوسط اجابات الطلبة على تاثير الانترنت على هذه القيمة 3.07، ومن ثم تاثير الهاتف النقال الذي بلغ 2.73، واخيرا

الفضائيات التي بلغ متوسط اجابات الطلبة عليها 2.05، حيث اتاح الانترنت للـشباب التعـرف على العالم الغربي بكل جزئياته، من خلال المواقع التي يشاهدها الشباب، بالاضافة الى التواصل اللغوي والمحادثة من خلال الـ (chat) الذي مكن الطلبة من التواصل مـع كافـة الجنـسيات والتعرف اليهم وعلى طريقة حياتهم، اضافة الى الاستماع إلى البرامج والأغاني الأجنبية بكثرة، بسبب توفرها عبر الانترنت بسهولة ويسر، حيث اصبح الشباب من خلال الافلام التي تعـرض على الفضائيات ومن خلال المواقع الالكترونية للجامعات التي يسهل الدخول اليها يقلدون الحياة الجامعية الغربية سواء كان ذلك في نمط الحياة او الاختلاط او من خـلال اللـبس او الطـرق الدراسية والبحثية .

الفقرة رقم (4) (اختيار البرامج الاجنبية المتوفرة في الجامعات الأردنية) كانت النـسبة الاكبر من تاثير هذه الفقرة بفعل الانترنت بمتوسط بلغ 2.99 ، ومن ثم الفـضائيات بمتوسـط 2.90، واخيرا الهاتف النقال بمتوسط 2.52، وقد شهد الوسط التعليمي في المملكـة الاردنيـة الهاشمية خلال السنوات السابقة عدد من البرامج التعليمية الاجنبية التي اصبحت تدرس بالتعاون مع الجامعات الاردنية، بالاضافة الى الجامعات المتخصصة في البرامج الأجنبية مثل الجامعـة الاردنية الالمانية التي تدرس برامج تطبيقية بمناهج اجنبية متخصصة بذلك ، وقـد سـاهمت وسائل الاتصالات المتوفرة سواء من خلال الفضائيات والمواقع الالكترونيةعلى الانترنت فـي الاقبال عليها حيث يتم عرض التخصصات، والخطط الدراسية لكل تخصص، فيتمكن الطـلاب بفعل الانترنت من التعرف على البرامج الاجنبية التي تشارك الجامعات الاردنية ببرامجها.

الفقرة رقم (5) (اختيار التخصصات التي تلتزم بالمناهج الامريكية) بلغ متوسط اجابات الطلبة لتاثير الانترنت على هذه القيمة 3.16، ومن ثم الفضائيات بمتوسط 2.94، والهاتف النقال الذي بلغ متوسط اجابات الطلبة على تاثيره 2.58، حيث يمكن الاشارة هنا الـى ان تعـرض

الشباب للإنترنت والثقافة الامريكية التي تجتاح العالم ادى الى تـوجههم للاهتمـام بالمنـاهج الأمريكية التي تمتاز بسمعة علمية عالمية متقدمة حيث تقتصر بعض الجامعات بابتعاث طلبتها الى الجامعات الامريكية، بالاضافة الى ان طلبة الجامعات يسعون الى التعرف على الـدورات المتخصصة التي تلتزم بالمناهج الامريكية، وهو ما يمكن ان يعتمد عليه الطالب فـي مـستقبله العملي ، كما أن توفر تخصصات في الجامعات الاردنية تلتزم بالمناهج الأمريكية يشجع الطلاب على الاهتمام بها، حيث زاد اهتمام الطلبة بهذه الجوانب بفعل احتكاكهم بالثقافات الاخرى التـي وفرت لهم المقارنة بين المناهج المختلفة .

الفقرة رقم (6) (دراسة التخصصات التي لها علاقة بالكمبيوتر والانترنت) كان التـاثير الاكبر على هذه القيمة بفعل الإنترنت بمتوسط بلغ 3.44، ومن ثم الفضائيات بمتوسـط 3.09، واخيرها الهاتف النقال بمتوسط 2.75، فقد اصبح تخصص الكمبيوتر والانترنت مـن افـضل التخصصات واكثرها طلبا لسوق العمل، حتى انه دخل إلى الاعمال الحرفية من خلال الاستعانة بكل ما يساهم في تطوير الحرفة والتعرف على ما يتعلق بالحرف خارج نطاق الدولة، وتصميم المنتجات قبل الشروع بتنفيذها بالاضافة الى البنوك ومؤسسات التعليم والمصانع والشركات فلا بد من وجود تلك الخبرات في أي مجال وفي كل مكان، لذلك يتوجه الطلبة إلـى دراسـة تلـك التخصصات.

تشير الفقرات رقم (7 ، 8، 9) الى القيم التي لها علاقة بمتابعة الدراسة العليا واختيـار البلد التي يمكن ان يكمل فيه الطالب دراسته العليا، حيث تشير الارقام الواردة ان التاثير الاكبر على هذه القيم كان بسبب الإنترنت فالفضائيات ، فالهاتف النقال، حيث يتيح الانترنت للطـلاب التعرف على الدول بكل جزيئاتها من خلال تصفح المواقع الخاصة بكل دول العـالم، فـيمكن التعرف على الجامعات والرسوم، وطبيعة الدول وطبيعة الحياة فيها، حيث اصـبح بالامكـان

تصفح شوارع المدن ورؤيتها عن قرب، والتعرف على الفنادق ومساكن الطلبة، والتعرف على الجامعات المعترف بها عالمياً، والبحث عن التخصص الذي يرغب فيه، وتفاصيل تكلفة الدراسة والمعيشة، وتكاليف دورات اللغة واماكن المعاهد بالتفصيل، بالاضافة الى عروض المنح الدراسية من خلال المراسلة حيث توفر بعض الجامعات صفحات خاصة بتعبئة الطلبات ورسوم الجامعة التي بامكان الطالب دفعها عن طريق البطاقة الائتمانية، مما يسهل الاهتمام بالدراسة بالخارج، والتعرف على الجامعات الرائدة بكل تخصص، بالاضافة الى سهولة التواصل مع اعضاء هيئة التدريس الذين يمكنهم الاشراف على رسائل الدراسات العليا .

كما تساهم البرامج الفضائية التي تروج من خلال الدراما الى اكمال الدراسة في الخارج والاهمية الكبرى التي يحصل عليها من يحصل على شهادته العلمية من الجامعات الاجنبية، ويمكن الاشارة الى هذه النتيجة من خلال الدراسات السابقة التي اشارت الى اهتمام الطلبة في الدراسة خارج البلد ومن هذه الدراسات تلك التي اجراها القضاة (1999) التي اشار في نتائجها الى ان البرامج المستوردة ادت الى زيادة حب السفر عند طلبة الجامعات.

الفقرة رقم (10) (مواكبة كل ما هو جديد في التخصصات العلمية) كان الاثر الاكبر على هذه القيمة بفعل الإنترنت بمتوسط 3.42، فالفضائيات بمتوسط3.06، واخيرا الهاتف النقال 2.60، تلقى التخصصات العلمية اهتماماً عالمياً، ويتم التوصل في كل يوم الى ما هو جديد، بحيث يصعب حصر الانجازات العلمية في مختلف الحقول، ومن خلال الانترنت يسهل الحصول على الجديد في التخصصات العلمية وتبادل المعلومات بيسر في اي مكان في العالم، مما يوفر عدم تكرار الابحاث وتوفير الوقت والجهد في البحث في شي آخر، او متابعة ما تم التوصل اليه في مكان اخر من العالم، كما اصبح بالامكان بث العمليات الجراحية عبر الانترنت، ومتابعتها بتنسيق بين مستشفيات العالم، وتقديم الاستشارات الطبية حول العالم، كما يحصل الطلاب على

كل ما يتعلق بتخصصاتهم الدقيقة، وامكانية تبادل البحوث، والحصول على الابحاث الجديدة مجاناُ، ومعرفة احدث الاصدارات من كتب ودوريات ومجلات واختراعات وغيرها.

الفقرة رقم (11) (ارتفاع مكانة المتعلمين) اكثر تأثير للإنترنت بمتوسط 3.37، فالفضائيات بمتوسط 3.15، والهاتف النقال بمتوسط 2.58، وذلك لأن الانترنت اصبح يصل الى كل مكان في العالم، واي انجاز يتم تحقيقه اصبح ينتشر بسهولة بفعل المواقع المتخصصة فلم تعد الاسماء التي تنجز محصورة في بلد معين، بل تنتشر عبر المواقع العلمية مما يؤدي الى ارتفاع مكانة المتعلمين.

الفقرة رقم (12) (الاهتمام بالتعليم عن بعد) كان متوسط اجابات الطلبة على تاثير الانترنت 3.24، فالفضائيات 2.89، فالخلوي 2.55، ويمكن تفسير هذا الفارق الملحوظ بين النسب لأن الانترنت هو جوهر التعليم عن بعد، حيث لم يعد التعليم مرتبط بتواجد الطلبة في مكان مخصص لانه اصبح بإمكانه أن يتلقى التعليم بأي مكان من العالم عبر الانترنت .

الفقرة رقم (14) والفقرة رقم (15) والتي تشير الى (الجدية في الدراسة) و(الكفاءة في التحصيل العلمي) كان التأثير الاكبر على هذه القيم بفعل الإنترنت ومن ثم الفضائيات واخيرا الهاتف النقال، فقد وفر الانترنت للطلاب باختلاف تخصصاتهم فرصة لمتابعة ما يستجد في مجال تخصصاتهم وبالتالي فان ذلك يؤدي الى مزيد من الجدية والكفاءة في التحصيل العلمي .

يشير التحليل السابق لقيم التعليم الى ان وسائل الاتصالات الحديثة اثرت على قيم التعليم في حياة طلبة الجامعة في المجتمع الاردني، حيث تبين من المتوسطات الحسابيةالواردة في الجدول ان تاثير هذه الوسائل على قيم التعليم تدرج بين درجة التاثير القليلة الى المتوسطة والكبيرة حسب المقياس الذي تم اعتماده في الاستمارة، وهو ما يمكن الاشارة من خلاله الى ان حياة الطلبة تتاثر بهذه الابعاد التي يميل فيها الشباب الى تقليد الحياة الغربية من خلال الفرصة

التي وفرتها وسائل الاتصالات الحديثة من الاطلاع على كل ما يتعلق بتخصصاتهم العلمية فـــي العالم وفي اي جامعة يريدونها .

خـ : السوال السابع : ماهي اكثر القيم تاثرا لدى الطلاب الجامعيين بفعل وسائل الاتصالات

جدول (48)

اكثر القيم تاثرا لدى الطلاب الجامعيين بفعل وسائل الاتصالات

القيم	الانترنت	الفضائيات	الخلوي
العمل	3.01	2.79	2.65
التعليم	3.19	2.99	2.57
الدينية	2.92	3.06	2.65
الاستهلاك	3.02	3.09	2.76
القيم ككل	3.03	2.98	2.65

يبين الجدول رقم (48) اكثر القيم تاثرا لدى طلبة الجامعات في المجتمع الاردني بفعل وسائل الاتصالات حيث يمكن من خلال الجدول معرفة ان اكثر القيم تاثرا بالانترنت هي قيم التعليم حيث كان متوسط الاجابة عليها 3.19 بينما كانت اكثر القيم تاثرا بفعل الفضائيات قيم الاستهلاك حيث بلغ متوسط الاجابات عليها 3.09 ، في حين كان التاثير الاكبر للهاتف النقال على قيم الاستهلاك بمتوسط اجابات وصل الى 2.76 .

اما فيما يتعلق بالقيم فان اكثر وسائل الاتصالات اثرا على قيم العمل كانت الانترنت بمتوسط وصل الى 3.01، بينما كانت قيم التعليم اكثر تاثرا بالانترنت كذلك بمتوسط 3.19 بينما كانت الفضائيات هي الاكثر تاثيرا على القيم الدينية بمعدل 3.06 في حين كانت قيم الاستهلاك اكثر تاثرا بالفضائيات بمعدل 3.09.

ويمكن من خلال هذه الارقام التاكيد على التفسير الذي تم ذكره سابقا فيما يتعلق بكل قيمة من هذه القيم وتاثير وسائل الاتصالات الحديثة عليها بالنسبة الى طلبة الجامعات في

المجتمع الاردني ، حيث يمكن بالاعتماد على مقياس التاثير الذي تم الاشارة اليـــه فـــي بدايـــة الاستمارة الى ان تاثير وسائل الاتصالات على تغير القيم لدى طلبة الجامعات لم يكن بالتـــاثير القليل جدا حيث يتبين من الجدول السابق ان اي من المتوسطات لم يكن يـــشير الـــى ان تـــاثير وسائل الاتصالات كان قليلا جدا ، وفي ذات الوقت لم تبين الارقام ان تاثير وسائل الاتـــصالات كبيرا جدا ، فقد اشارت المتوسطات الحسابية الى ان اثر وسائل الاتصال الحديثة على قيم الطلبة تراوح بين القليل والمتوسط والكبير .

وهنا يمكن الاشارة الى ان تاثير وسائل الاتصالات على الرغم من تاثيره على الجوانب المختلفة المتعلقة بالقيم لدى طلبة الجامعات فان اتجاه هذا التاثير لا يمكن ان يكون فقط ســـلبيا، ففي بعض الجوانب من الممكن ان تؤثر هذه الوسائل على قيم الطلبة بصورة ايجابية وخاصـــة تلك التي تتعلق بالجوانب الدينية والحجاب وتقليد الفنانات اللاتي يلبسن الحجاب، بالاضافة الى اثر وسائل الاتصال الحديثة على قيم التعليم حيث ادت الى زيادة اهتمام الطلبة بالجوانب العلمية المختلفة التي ادت الى التطور ومتابعة كل ما هو جديد في مجالات العلم المختلفة .

ثالثا: مناقشة النتائج في ضوء نظريات الدراسة :

بينت الدراسة بعد تحليل البيانات المتعلقة بالاجابة على تساؤلاتها وكما وردت النتائج في الجداول الخاصة بذلك ان وسائل الاتصال الحديثة كان لها تاثير على قيم طلبة الجامعات وعلى سلوكهم، فنتائج الدراسة بينت ان طلبة الجامعات في المجتمع الاردني تاثرت حياتهم الاجتماعية وعلاقاتهم الانسانية في الوسط الجامعي وفي المحيط الاجتماعي الذي يعيشون به، ويعود ذلك الى اهمية القيم في تشكيل الافراد والمجتمعات وفي تفسير افعالهم وانفعالاتهم.

ولما كانت هذه القيم قد تاثرت بوسائل الاتصال الحديثة فقد اشارت هذه الدراسة من خلال نتائجها الى ان العلاقة كانت مؤثرة لوسائل الاتصال على قيم طلبة الجامعات في المجتمع الاردني، وهو ما يؤكد على اهمية العلاقة بين وسائل الاتصال والقيم . وفي معرض الاجابة على التساؤلات المتعلقة باثر وسائل الاتصالات على القيم كما ورد في النتائج التي تم الاشارة اليها ان العلاقة وثيقة بين القيم والبناء الاجتماعي لاي مجتمع باعتبار القيم جزء من الثقافة ، وقد جاء في المادية التاريخية ان البناء القيمي جزء من البناء الاجتماعي الذي يتكون من الافكار والمعتقدات والاراء والاتجاهات والنسق الايديولوجي العام في المجتمعات الحديثة الدينية .

وقد تبين من خلال النتائج التي وردت في الجداول التي تطرقت الى المتغيرات التعليمية والديغرافية (18-28)ان حاجات الانسان الى التطورات التكنولوجية لا تقف عند بيئة معينة او مستوى معيشي محدد ، فقد تبين ان الطلبة على اختلاف فئاتهم واعمارهم والبيئة التي يعيشون فيها قد استخدمو التطورات التكنولوجية الحديثة في مجال الاتصالات ، وقد اشارت المادية

التاريخية ان التطور من خلال استخدام التكنولوجيا الحديثة حاجة يتم التعبير عنها مـن خـلال استخدام الوسائل الحديثة التي تتطلب سلوك جديد .

وقد اكدت الدراسة من خلال النتائج التي تم تحليلها ان تاثر الطلبة بوسـائل الاتـصالات الحديثة اثرعلى قيمهم وبالتالي اثر ذلك على سلوكهم ومواقفهم واتجاهاتهم واستعداداتهم، حيـث تمت الاشارة الى ان الطلبة يعتمدون على وسائل الاتصالات الحديثة في التواصـل والدراسـة ومتابعة الاخبار العالمية والاطلاع على اخر المستجدات في مجالات الحياة المختلفة التعليميـة والدينية والاستهلاكية وقيم العمل .

وتشير البيانات التي تم تفسيرها للاجابة على التساؤل الثاني والتي وردت فـي ارقـام الجداول من (29– 43) ان طلبة الجامعات يستخدمون وسائل الاتصال الحديثـة فـي معظـم مجالات حياتهم بحيث لم يقتصر استخدام هذه الوسائل في حيز جغرافي معين، فقـد ورد فـي البيانات التي تم تحليلها بخصوص الانترنت ان استخدام هذه الخدمة لم يقتصر على خدمة معينة، ولم يكن في حيز جغرافي واحد، وما يمكن الاشارة اليه في الانترنت يمكن التاكيد عليـه فـي وسائل الاتصال الاخرى التي تناولتها الدراسة ممثلة بالفضائيات والهاتف النقال .

ويعكس هذا الاستخدام اشباع حاجة لدى هؤلاء الطلبة، فالحاجة الناجمة عن تطور الحياة يجب اشباعها من خلال استحداث ادوات جديدة تلبي التطور المتزايد في هذه الحاجـات . ومـا يمكن الاشارة اليه هنا من ربط هذه النتيجة في النظرية التي تم اعتمادها في هذه الدراسة هو ان المادية التاريخية اكدت ان التطور في الادوات ياتي استجابة لحاجة الانسان في علاقته بالمحيط

الذي يعيش فيه وما يفرض عليه هذا المحيط من تطوير للادوات التي يستخدمها من اجل الحفاظ على وجوده الاجتماعي.

يرى ماركس انه يمكن النظر الى عملية الانتاج من زاويتين، كعلاقة بيت الانسان والطبيعة من جهة وكعلاقة بين الانسان والانسان من جهة ثانية، فالانسان كائن طبيعي، يتفاعل مع الطبيعة، ويستخلص منها الوسائل التي تمده بالحياة، وهو لا يجد تلك الوسائل في حالة تصلح للإستخدام المباشر في اغلب الاوقات، فبعمله يغير اشكال الموارد التي يجدها في الطبيعة بطريقة تجعلها نافعة،(رمزي1996،ص: 125)

الا ان هذه الحاجات لا تقتصر على علاقة الانسان في الطبيعة ، فالنتائج التي بينتها الجداول المتعلقة بالاجابة على اثر وسائل الاصالات على قيم الاستهلاك الوارد في الجدول رقم 46 ان التقليد في بعض الجوانب جاء نتيجة لعلاقة طلبة الجامعات مع بعضهم البعض لان التغير في القيم لدى طلاب الجامعة يرتبط بالجماعات التي ينتمي اليها الطالب سواء كانت في الجامعة او خارجها حيث تشكل هذه الجماعة مرجعية للطالب تؤثر في اختياراته وفي تقبله للقيم او عدم قبولها ، وهنا يمكن الاشارة الى ما جاء في الاطار النظري للمادية التاريخية التي اشارت الى فكرة ماركس في ان اشباع الحاجات لا يقتصر في ضوء علاقة الانسان بالطبيعة فقط وانما تاتي في ضوء علاقة الانسان بالانسان ايضا .

ان انتاج الوسائل تمد الانسان بمقومات الحياة، اي النشاط الاجتماعي، وتبادل الاشياء المنتجة هي اساس كل البناء الاجتماعي (رمزي 19996، ص: 131) ويحقق ذاته من نشاطه الانتاجي، فيشبع حاجاته، ويأخذ بعين الاعتبار اشباع حاجات الاخر، فيدخل الناس بعلاقات

محددة، هذه العلاقات الانتاجية تفرض نفسها على الافراد ولا تتوقف على مواقفهم او او قبولهم، فتشكل قوى وعلاقات الانتاج الاساس الاقتصادي او البناء التحتي .وتتمثل قوى الانتاج في مجتمع معين في طاقته على الانتاج التي تتحدد من ناحيتي الكم والكيف بالمعرفة العلمية ودرجة التطور التكنولوجي وتنظيم العمل الاجتماعي. (رمزي1996 ص: 128)

ان استخدام التكنولوجيا يرتبط بتغيرات يتم احداثها في البناء الثقافي وبما ان القيم جزء من البناء الثقافي في اي مجتمع فان ذلك يتطلب تغيرات في هذه القيم تتناسب مع التاثير الذي تحدثه هذه التطورات التكنولوجية ، وتشير النتائج التي وردت في كل من الجداول رقم (44+45+46+47) ان ما حدث من تغيرات في قيم طلبة الجامعات جاء بتاثير من استخدام وسائل الاتصال الحديثة التي استخدمها الطلبة ، وهنا يمكن الاشارة الى العلاقة التي تم طرحها في الاطار النظري للمادية التاريخية التي اكدت ان التغير الحاصل في البناء الفوقي وما يحتويه من بناء قيمي ياتي استجابة الى التغيرات الحاصلة في القاعدة الاقتصادية التي تشكل البناء التحتي وما يحدث فيها من تطورات تكنولوجية .

كما يمكن الاشارة الى الجانب المعنوي للثقافة، فالتغير القيمي الذي يحدث نتيجة للتغير التكنولوجي يشكل في جزء منه الجانب المعنوي من تاثير هذه الوسائل ، وما يمكن الاشارة اليه من خلال البيانات الوادرة في الجدول الذي تناول القيم الدينية في ان هذه الجوانب تناولت البعد المعنوي للثقافة، بمعنى ان التغير لم يحصل فقط في الجوانب المادية وانما تجاوز ذلك الى الابعاد الدينية والايديولوجية كما هو الحال في نمط الاستهلاك الذي اخذ يحاكي البعد الايديولوجي لهذه الوسائل ، فقد تبين من تحليل مفردات قيم الاستهلاك وقيم العمل وقيم التعليم

ان سلوك الطلبة في الجامعات الاردنية تتجه بجزء كبير منها الى التاثر بالمفردات اليومية للحياة الغربية ، حيث ازداد تاثر القيم بهذا الاتجاه خلال فترة العولمة التي اصبح فيها التقليد وسـيادة النمط الاستهلاكي من اهم المظاهر التي يمكن مشاهدتها في حياة طلبة الجامعات .

كما ان التغير في القيم لدى طلبة الجامعات بفعل استخدام وسائل الاتصال الحديثة جـاء في اطار عملية تغير اجتماعي واسع اثر على المجتمع الاردني خلال فترة العولمة ، وهو مـا يمكن الاشارة اليه في البيانات والنتائج التي وردت في اثر وسائل الاتصال الحديثة علـى قـيم العمل وقيم الاستهلاك الواردة في جدول رقم 44 و 46 والتي تبين منها ان بعض من جوانـب التغير القيمي ترتبط بالنمط المعيشي الغربي وهو ما يمكن الاشارة اليه بالبعد الايديولوجي الذي يؤثر بتاثير التكنولوجيا ووسائل الاتصال الحديثة وهنا يمكن الاشارة الى الفكرة التـي تقـدمها المادية التاريخية من خلال التحليلات التي قدمها مـاركس حـول نظـم الاتـصال الاعلامـي والجماهيري، باعتباره احدي وسائل الانتاج الفكري والثقافي الأيديولوجي ككل، والتـي تلعـب أدوارا اساسية في تشكيل وعي الجماهير وما يمكن ان ينشا عن هذا من تغير .

رابعا : الخاتمة والتوصيات

بعد ان تم استعراض نتائج الدراسة وتحليل بيانتها وتفسير ما جاءت به تبين ان الطلبـــة في الجامعات قد تاثرو بوسائل الاتصال الحديثة التي تم تحديدها في هذه الدراسة والتي تتمثل في الانترنت والفضائيات والهاتف النقال ، وبعد تحليلاجابات الطلبة على الــسؤال الاول تبــين ان وسائل الاتصال يختلف تاثيرها على تغير القيم باختلاف بعض المتغيرات التعليمية والديمغرافية التي تم اعتمادها ، وبعد دراسة الاجابات التي وردت في التساؤل الثاني تبين ان طلبة الجامعات يميلون الى استخدام جميع وسائل الاتصال الحديثة ويؤثر هذا الاستخدام في حياتهم، حيث كانت الغالبية منهم لا يستغنون عن الهاتف النقال بالاضافة الى مشاهدة الفــضائيات علـــى اخـــتلاف انواعها الى جانب الاعتماد على الانترنت في التواصل مع الاخرين والمتابعة لكافة انشطة الحياة اليومية السياسية والاقتصادية والاجتماعية.

كما بينت النتائج ان تاثير وسائل الاتصال الحديثة اثرت على قيم التعليم وقـــيم العمـــل والقيم الدينية وقيم الاستهلاك، حيث تبين ان الطلبة يتجهون في حياتهم الى تقليد الحياة الغربيـــة بابعادها المختلفة في حياتهم، وفي ضوء هذه النتائج يمكن ادراج التوصيات التالية :

- زيادة الوعي لدى الشباب من خلال البرامج الهادفة بمخاطر التقليد للحياة الغربية مـــن خلال الاشارة الى ان التقليد يؤدي الى الابتعاد عن الهوية ذات الطابع الملتزم بالعـــادات والتقاليد والقيم النابعة من المجتمع .
- التاكيد على الجزء الايجابي في تاثير وسائل الاتصال الحديثة على قيم طلبة الجامعات في المجتمع الاردني، وخاصة تلك التي اصبح الطلبة يهتمون بها والتي تتعلق بالعمـــل والتعلـــــــــيم وبعـــــــــــض القـــــــــــيم الدينيـــــــــــــة .

• زيادة التاكيد على دور مؤسسات التنشئة الاجتماعية التقليدية في مراقبة التغيير الذي يطرا على حياة الشباب بفعل تاثير وسائل الاتصالات الحديثة وخاصة التاكيد على دور العائلة الذي اصبح يتلاشى امام التطور التقني الهائل الذي حصل على وسائل الاتصال الحديثة والذي ادى لربط الشباب بالعالم الخارجي حيث يستطيع الطالب ان يتواصل مع العالم الخارجي وهو بين افراد عائلته وخاصة من خلال خدمة SMS التي توفرها وسائل الاتصالات .

المراجع

- ابو اصبع، صالح، دراسات اتصالية: استراتيجيات الاتصال وسياسته وتأثيراته، عمان- الاردن، دار مجدلاوي،ط1، 2005م.
- أبو عيطة، سهام، والمشهداني عطية، علاقة الانترنت بالقيم والاتجاهات العلمية لدى طلبة كلية العلوم التربوية في الجامعة الهاشمية، مجلة مركز البحوث التربوية، جامعة قطر، مجلد 13، العدد 26، 2004م.
- ابيض، ملكة، الثقافة وقيم الشباب، دمشق -سوريا، منشورات وزارة الثقافة، 1984م.
- احمد ، سمير نعيم ، النظرية في علم الاجتماع، القاهرة - مصر ، دار المعارف ، ط5، 1995م .
- احمد، سهير كامل و محمد ، شحاته اسماعيل، تنشئة الطفل وحاجاته بين النظرية والتطبيق، الاسكندرية - مصر ، مركز الاسكندرية للكتاب 2002م.
- بركات، حليم، المجتمع العربي في القرن العشرين : بحث في تغيير الأحوال والعلاقات، بيروت_ القاهرة، مركز دراسات الوحدة العربية، 2000م.
- البطش، محمد، وجبريل موسى، التغير في التفضيلات القيمية عند الأفراد الأردنيين بتقدمهم بالعمر، مجلة ابحاث اليرموك، اربد - الاردن، المجلد 7 ، العدد 2، 1991م.
- البطش ، محمد و الطويل، هاني، البناء القيمي لدى طلبة الجامعة الاردنية دراسات العلوم الإنسانية، الجامعة الأردنية، المجلد 17 ،العدد 3، 1990.
- بيومي، محمد، علم اجتماع القيم، الاسكندرية- مصر، دار المعرفة الجامعية، 2002م.
- التل، شادية، المنظومة القيمية لطلبة جامعة الزرقاء الاهلية، مؤتة للبحوث والدراسات، سلسلة العلوم الانسانية والاجتماعية، الكرك - الاردن، المجلد 18 ، العدد 1، 2003م.
- جابر،عبد الحميد جابر، علم النفس التربوي ، دار النهضة العربية، القاهرة , 1996م.
- جابر ، جابر عبد الحميد ، والخضري ، الشيخ ، دراسات نفسية في الشخصية العربية، القاهرة - مصر ، عالم الكتب ، 1978م.

- جابر، سامية، الاتصال الجماهيري والمجتمع الحديث ، الاسكندرية-مصر، دار المعرفة الجامعية1996.
- جبارة، عطية جبارة،علم اجتماع الاعلام، الاسكندرية - مصر، دار الوفاء، 2002 م.
- جرادات وآخرون ، مدخل الى التربية ، عمان - الاردن ، دار عمار ، ط 3، 1986م.
- الجوهري ، محمد واخرون ، التغير الاجتماعي ، الاسكندرية -مصر ن دار المعرفةالجامعية ، ط2، 1986م .
- حداد، جيهان، 2002 ،المقاهي الإلكترونية و دورها في التحول الثقافي في مدينة إربد : دراسة أنثروبولوجية ، رسالة ماجستير،معهد الاثار والانثروبولوجيا، جامعة اليرموك، الاردن.
- حسن، حسن علي، سيكولوجية المجاراة: الضغوط الاجتماعية وتغير القيم، القاهرة-مصر،غريب للطباعة والنشر، 1998م.
- حسن، محمد، تحديات الثقافة والشباب العربي وسبل المواجهة،مجلة التربية، الدوحة- قطر، العدد 144، 2003م.
- الخضري ، الشيخ، قيم الطلاب والطالبات اثناء مرحلة التعليم المختلفة في قطر، في دراسات نفسية في الشخصية العربية، عالم الكتب، القاهرة- مصر، 1978.
- الخميسي ، احمد ، غرس القيم واكتسابها، مجلة بناة الاجيال ، عدد19، المجلد 5، 1996م.
- الدقس، محمد وابو حوسة ، موسى ، بعض القيم الاجتماعية والاقتصادية والادراية لدى العمال في ثلاثة مصانع اردنية، دراسات العلوم الانسانية، الجامعة الاردنية، عمان - الاردن ،المجلد 20، العدد 5، 1993م
- الدليمي، حميد، علم اجتماع الإعلام: رؤية سوسيولوجية مستقبلية ،عمان-الاردن، 2002م.
- الدليمي، عبد الرزاق محمد، عولمة التلفزيون ، عمان - الاردن، دار جرير، 2005م.

- رضوان، نادية، الشباب المصري المعاصر و أزمة القيم: دراسة عن بوادر و محـــاور أزمة الشباب ثلاث دراسات تتبعية لمجموعة من الشباب الفترة مــن 1984 - 1994، القاهرة – مصر ، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1997م.
- رمزي ، نبيل ، النظرية الاجتماعية الكلاسيكية: الاصول الفلسفية والـــسياق الثقـــافي، الاسكندرية– مصر، دار الفكر الجامعي، 1996م .
- رواقة، غازي، واقع استخدام شبكة الانترنت، أبحاث اليرموك،اربد – الاردن،المجلـــد ، العدد ، 2003م.
- الزغول، رافع، علاقة المستوى الثقافي للأسرة بالضبط الأسري لمشاهد التلفزيون، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة الإمارات، مجلد 17، عدد 1، 2001.
- زهران ، حامد عبد السلام ، علم النفس الاجتماعي ، القاهرة – مصر ، عالم الكتـــب ، ط6، 2000م .
- الزيدي، المنجي، الثقافة والمال في مستقبل التنمية الثقافية في المستقبل العربي، فـــي ، الثقافة العربية ، جيهان سليم واخرون، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت – لبنان، 2003.
- سبيركين، بودوستنيك، عرض موجز للمادية التاريخية، بيروت– لبنان، دار الفـــارابي، 1981م .
- سرحان، محمود قظام، الصراع القيمي لدى الشباب العربـــي: دراســـة حالـــة الاردن، عمان– الاردن، وزارة الثقافة، 1994 م.
- سرحان، محمود قظام، مهارات الاتصال عند الشباب، عمان– الاردن، وزارة الـــشباب والرياضة، 2000م.
- سلام، محمد شكري، ثورة الاتصال والاعلام، عالم الفكر، الكويت – الكويت، المجلـــد 32، العدد1، 2007 م.

- السيد، السيد عبد العاطي ، المجتمع والثقافة والشخصية : دراسة في علم الاجتماع الثقافي، الاسكندرية – مصر ، دار المعرفة الاجتماعية ، 1996م .
- الشرايعة، محمد عرفات، التنشئة الاجتماعية، عمان – الاردن، دار يافا العلمية للنشر والتوزيع، 2006م.
- صوالحة ، محمد احمد ، و حوامده، مصطفى محمود، اساسيات التنشئة الاجتماعية للطفولة، اربد – الاردن، دار الكندي، 1994م.
- عدنان، رانيا، وبسام، رشا، التنشئة الاجتماعية ، عمان – الاردن، دار البداية ، 2005م.
- العايد ، حسن ، الحراك الثقافي في المجتمع الاردني، في المجتمع الاردني ما بعد العولمة، عمان– الاردن، دار وائل للطباعة والنشر، 2002م.
- عبد الحميد، جابر،1962م، التاثير الذي يطرا على قيم الطلبة والطالبات اثناء دراستهم الجامعية في العراق، في دراسات نفسية في الشخصية العربية،عالم الكتب، القاهرة مصر ، 1978 م.
- عبدالرحمن، عبد الله، سوسيولوجيا الاتصال والإعلام، دار المعرفة الجامعية، 2000.
- عبيدات، ذوقان، تاثير الفضائيات والانترنت على النشيء في الخليج العربي، الرياض – السعودية ،مكتب التربية العربي لدول الخليج العربي، 2003.
- عدس، محمد عبد الرحيم و مصلح ، عدنان عارف ، رياض الاطفال، عمان – الاردن، دار الفكر ، 1984م.
- عثمان، ابراهيم ، مقدمة في علم الاجتماع ، عمان – الاردن، دار الشروق، 1999م.
- عرفان، رندة،2001م، استخدام الشباب لشبكة المعلومات العالمية(الانترنت)دراسة تحليليةلرواد مقاهي الشبكة في مدينتي عمان واربد، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاجتماعية، الجامعة الأردنية، الاردن.

- العزام، عبد الباسط، 1998، صراع القيم لدى الشباب في الريــف الاردنـــي: قــضاء الوسطية حالة دراسية، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاجتماعيـــة، الجامعـــة الأردنيـــة، الاردن.
- علي، نبيل، الثقافةالعربية وعصر المعلومات: رؤية لمستقبل الخطاب الثقافي العربـــي، المجلس الوطني للثقافة و الفنون و الاداب، الكويت، سلسلة عالم المعرفة، العدد (265)، 2001م.
- علوش، ابراهيم ، الموقع الالكتروني لصحيفة العرب اليوم علـــوش، جريـــدة العـــرب اليومwww.alarabalyawm.net
- العمري، خالد و جرادات ضرار، و نشوان ، عبد الحميد، المنظومة القيمية لطلبة جامعة اليرموك، مجلة ابحاث اليرموك، اربد الاردن، مجلد 1، عدد 1، 1985م.
- غيث، محمد عاطف، دراسات في علم الاجتماع القروي،بيروت- لبنان، دار النهــضة العربية، 1967م.
- قباري ، محمد اسماعيل ، علم الاجتماع الثقافي، الاسكندرية- مصر، منشأة المعـــارف، 1982م .
- قسام، يحيى سليمان، القيم الاجتماعية في الريــف، دمــشق – ســوريا ، دار المنيــر، 1998م.
- القضاة، محمد فلاح، اثر البرامج التلفزيونية المستوردة على الشباب الجامعي، دراسات العلوم الإنسانية، الجامعة الأردنية، المجلد 26 ،العدد 1، 1999.
- القضاة، محمد فلاح، رؤية رواد مقاهي الانترنت للإنترنت،مؤتة للبحوث والدراســات، الكرك- الاردن، المجلد17، العدد 5، 2002م.
- القلينـــي وآخرون،علم الاجتماع الإعلامي،القاهرة- مصر، مكتبة زهراء الشرق، 2001 م.

- قناوي، هدى محمد ، الطفل : تنشئته وحاجاته ، القاهرة – مصر ، مكتبة الانجلو مصرية ، ط3، 1991م.
- كلاب ، الهام ، نسق القيم في لبنان ، المستقبل العربي ، بيروت – لبنان ، مركز دراسات الوحدة العربية ، 1994م .
- كمال، عبد العزيز، أثر التلفزيون على النشئ والشباب: دراسة استطلاعية لاراء من المشاهدين بالمجتمع القطري ، جامعة قطر، الدوحة– قطر، 1994م.
- الكندري ، احمد محمد مبارك ، علم النفس الاجتماعي والحياة المعاصرة، الكويت ، مكتبة الفلاح، 1992م .
- لبيب ، الطاهر ، سوسيولوجيا الثقافة، اللاذقية – سوريا ، دار الحوار للنشر والتوزيع، ط 3، 1987.
- مجبري، اعتدال، الفضائيات العربية والمحتوى: المراهقون العرب وتلفزيون الواقع، القاهرة– مصر ،الدار المصرية اللبنانية، 2005.
- المجلس الوطني لشؤون الاسرة ، الاستراتيجية الوطنية لشؤون للاسرة، عمان– الاردن، 2005.
- محادين، حسين طه، قيم العمل عند الشباب الاردني، عمان – الاردن، منشورات وزارة الشباب والرياضة، 2000م.
- محمود، يوسف، تغير قيم طلاب الجامعة:التغير القيمي لدى طلاب الجامعة خلال ثلاثين عاما " دراسة ميدانية ، القاهرة– مصر، عالم الكتب،1990 م.
- مصطفى، طلال عبد المعطي، فلسفة القيم وبنية المجتمع، مجلة المعرفة/وزارة الثقافة، دمشق – سوريا، العدد 410، 1997م.
- مليكة ، لويس كامل، مشكلات منهجية في دراسة القيم في المجتمع القروي المصري، في محمد عودة، قراءات في علم النفس الاجتماعي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة– مصر،مجلد رقم 1، 1979م.

- منصور تحسين، الفضائيات الأجنبية، استخداماتها وتأثيرها المحتملـة علـى الـشباب الاردني: شباب جامعة اليرموك نموذجا، دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، الجامعة الاردنية، المجلد 29، العدد2، 2002م.
- ناصر ، ابراهيم ، اسس التربية ، عمان – الاردن ، دار عمار ، 1999م .
- همشري، عمر احمد، التنشئة الاجتماعية للطفل ، عمان – الاردن ، دار صفاء للنـشر والتوزيع ، ط1، 2003م
- صحيفة الراي الاردنية،2007/10/16.
- صحيفة الغد الاردنية ، 2005/2/15، 2006/11/12. 2007/3/1.

Referencese

- Morggan, Michael, Legett, Susan, Shanahan, James, Television and Family Values, mass communication and society, winter – spring, 1999, Vol. (2), issue 1/2.

- Seco Kang, The relation between television viewing and values orientations of Japanese students, mass communication society, 1999, vol. (2), issue 3/4.

- Seung, Jun Moom, immigration, acculturation, and mass media effects, cultural values, and evolutions of Caucasian and Asian advertising models, the university of wisconsinmadison, 2004.

- Wong, Wendy Siuyil, The rise of consumer culture a chainess society, Mass communication of society, 2000, Vol. 3, Issue 4. I GOT THIS ARTICLE FROME EPISCO DATABASE.

Websites

- http://www.Jordan.Jo/News/wmview.php?Atr=22134(15/12/2005)
- www.arabadvisors.com
- www.internetworldstate.com
- http://www.dos.gov.jo/dos_home_a/main/index.htm

الملاحق

بسم الله الرحمن الرحيم

أقوم بإعداد دراسة للحصول درجة الماجستير في علم الاجتماع بعنوان : وسائل الاتصال وأثرها على بعض القيم لدى الطلبة الجامعيين في المجتمع الأردني، وفي سبيل إتمام الدراسة لابد من إعداد مقياس للقيم موضوع الدراسة والتي تمثل في أربعة قيم هي: القيم الدينية، قيم العمل، قيم التعليم، قيم الاستهلاك.

أرجو الاطلاع على القيم المدرجة لاحقاً مع إبداء أي تعديل تراه مناسباً بما يخدم الموضوع.

<u>القيم الدينية:</u>

- الالتزام بالحجاب الشرعي:
  1. الحجاب.
  2. اللباس الشرعي (الرجل والمرأة).

- ممارسة الطقوس الدينية:
  1. الصلاة (في المساجد) .
  2. صلة الرحم.
  3. العمل للآخرة.

- اللجوء الى الدين في حل المشكلات:

1. الفتوى (الفضائيات).

2. الالتزام بالدين كمرجعية في الحياة اليومية.

- الاختلاط.

- ارتباط الدين بالشكل الخارجي .

- طريقة الارتباط (زواج تقليدي، عرفي).

<u>قيم العمل</u>:

- الانجاز.

- مكانة العمل للطالب الجامعي.

- طبيعة العمل .

- عمل المرأة.

- نوع العمل (مهني، حرفي).

- الاعمال غير المقبولة اجتماعياً (ثقافة العيب).

- المردود المادي.

<u>قيم الاستهلاك:</u>

- تقليد الغير:

1. التقليد بهدف التجديد.

2. التقليد بهدف الحاجة لهذه الممتلكات.

3. التغير لإرتباطه بالتحضر.

- التجديد بالممتلكات الاستهلاكية:

1. الهاتف النقال
2. الملابس
3. السيارات

- قضاء وقت الفراغ:

1. المحلات التجارية الكبرى (المولات).
2. السينما.
3. الملاهي
4. الاستماع الى الاغاني الاجنبية.
5. المقاهي (coffee shop).
6. المقاهي الإلكترونية.

- الاهتمام بالمظهر الخارجي:

1. قصة الشعر.
2. طريقة اللبس.
3. المبالغة باللباس والتزين.

- التردد على مطاعم الوجبات السريعة.

قيم التعليم:

- اختيار التخصص.
- الاهتمام بالدراسة المرتبطة بالأعمال الذهنية .
- اختيار بلد الدراسة (للطلبة الوافدون،أو في حال التفكير في إكمال الدراسات العليا).

- تقليد الحياة الجامعية الغربية.

- اختيار البرامج الأجنبية المتوفرة في الجامعات الأردنية (New York مع جامعة العلوم والتكنولوجيا).

- اختيار التخصصات التي تلتزم بالمناهج الأمريكية.

بسم الله الرحمن الرحيم

تقوم الباحثة بإعداد دراسة بعنوان :" وسائل الاتصال وأثرها على بعض القيم لدى الطلبة الجامعيين في المجتمع الأردني" ، وذلك لاستكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير في تخصص علم الاجتماع من جامعة اليرموك.

أضع بين أيديكم هذا الاستبيان راجياً منكم الإجابة عليه بكل دقة وموضوعية، علماً بان البيانات ستستخدم لغايات البحث العلمي فقط وستعامل بسرية تامة.

شاكرة لكم حسن تعاونكم،،،

الباحثة : خلود القرعان

الجزء الأول: المعلومات الأساسية

1. الجنس: ☐ ذكر ☐ انثى

2. الجامعة.................. التخصص.................. الكلية......................

3. المستوى الدراسي:

☐ بكالوريوس ☐ دبلوم عالي ☐ دراسات عليا

4. السنة الدراسية:

☐ أولى ☐ ثانية ☐ ثالثة ☐ رابعة

7. مكان الإقامة :

☐ مدينة ☐ قرية ☐ مخيم ☐ بادية

8. عدد أفراد الأسرة : ( )

9. الدخل الشهري للعائلة (بالدينار الأردني)

☐ اقل من 200 ☐ 200-399 ☐ 400-599

☐ 600-799 ☐ 800-1000 ☐ 1000 فاكثر

الجزء الثاني:

1.يتوفر في منزلي الوسائل التالية (يمكن اختيار اكثر من واحدة)

☐ الهاتف النقال (الخلوي) ☐ الإنترنت ☐ ستالايت

أية وسيلة أخرى حددها...

2. الإنترنت: إذا كنت ممن يستخدمون الإنترنت ارجوا الإجابة على الأسئلة التالية :

أ. أستخدم الإنترنت في:

☐ البيت ☐ الجامعة ☐ العمل ☐ مقاهي الإنترنت ☐ من خلال الهاتف

غير ذلك حدد ....

ب. معدل استخدامي الأسبوعي للإنترنت(عدد الساعات) ....

ج. رتب المواقع التي تستخدمها باستمرار في الإنترنت (ترتيب حسب الأهمية من الأكثر إلى الأقل)

( ) الترفيهية ( ) التسويقية ( ) العلمية ( ) الدينية أخرى.....................

د. يتركز استخدامي للإنترنت على (يمكن اختيار اكثر من واحدة)

☐ E-mail (البريد الإلكتروني) ☐ Chat (الدردشة)

☐ متابعة الأخبار العــالمية ☐ الاشتراك بالمنتديات

استخدامات أخرى(حددها) ....

ه . عدد مرات استخدام الإنترنت:

☐ لا استخدمه ☐ مرة في اليوم ☐ أكثر من مرة في اليوم

☐ مرة في الأسبوع ☐ اكثر من مرة في الأسبوع ☐ مرة في الشهر

3 . الهاتف النقال(الخلوي):

أ. معدل إنفاقي الشهري على فواتير الهاتف النقال (الخلوي) بالدينار الأردني.........

ب. الشبكة التي استخدمها (يمكن اختيار اكثر من واحدة)

☐ فاست لينك ☐ موبايلكم ☐ امنية ☐ اكسبرس

ج. هاتفي الخلوي مجهز باستخدامات الإنترنت :

☐ نعم ☐ لا

د. مجالات استخدامي للهاتف النقال (يمكن اختيار اكثر من إجابة)

☐ التواصل مع الآخرين خارج الجامعة ☐ للاتصال مع الآخرين داخل الجامعة

☐ استخدام الإنترنت من خلال الهاتف ☐ العمل

أية استخدامات أخرى(حددها)...

ه. اكثر خدمة أستخدمها في جهازي الخلوي :

☐ **الإنترنت** ☐ **المسج** ☐ **البلوتوث** **أخرى**..................................

و. استخدم إحدى الخدمات التالية في الخلوي:

☐ لا استخدمه إطلاقا ☐ استخدمه للاتصال فقط (مكالمات ورسائل قصيرة)

☐ استخدمه للاتصال والبلوتوث ☐ استخدمه للاتصال والإنترنت

☐ استخدمه للاتصال والبلوتوث والإنترنت

4.<u>الفضائيات:</u>

أ.عدد الساعات التي أقضيها يومياً في متابعة التلفزيون: ....

ب.أكثر القنوات التي اركز على مشاهدتها:

☐ الدينية ☐ الترفيهية ☐ السياسية

☐ الثقافية ☐ الاجتماعية ☐ العقارية

☐ التسوق أخرى ....

د.عدد أهم هذه المحطات:

....

....

الجزء الثالث: إلى أي مدى أثرت وسائل الاتصال في القيم التالية :

يرجى التعبير عن درجة التأثر بكتابة تقدير من 1-5 تحت وسيلة الاتصال، حيث يعني التقدير

1 : أن درجة التأثير قليلة جداً

2 : أن درجة التأثير قليلة

3 : أن درجة التأثير متوسطة

4 : أن درجة التأثير كبيرة

5 : أن درجة التأثير كبيرة جداً

الرقم	القيمــــــــــــــة	درجة التأثير لكل وسيلة		
		الإنترنت	الفضائيات	الخلوي
1	الحصول على عمل			
2	مكانة الطالب العامل			
3	العمل اثناء الدراسة			
4	تفضيل العمل الحكومي على العمل في القطاع الخاص			
5	عمل المرأة			
6	تفضيل العمل المهني			
7	تفضيل العمل الحرفي			
8	العمل في الأعمال غير المقبولة اجتماعياً			
9	المردود المادي للعمل			
10	الكفاءة في التحصيل العلمي			
11	الإخلاص بالعمل			
12	إنجاز العمل			
13	الالتزام باللباس الشرعي			
14	ارتداء غطاء الوجه (الخمار)			
15	ممارسة الطقوس الدينية			
16	الصلاة في المساجد			
17	صلة الرحم وبر الوالدين			
18	العمل للآخرة			
19	الصدقة			
20	الزكاة			
21	اللجوء إلى الدين في حل المشكلات			
22	الحصول على الفتوى			
23	الالتزام بالدين كمرجعية في الحياة اليومية			

24	الاختلاط بين الجنسين في الجامعات			
25	ارتباط الدين بالمظهر الخارجي			
26	طريقة الارتباط عن طريق الزواج التقليدي			
27	طريقة الارتباط عن طريق الزواج العرفي			
28	تقليد الغير في الإنفاق			
29	التقليد بهدف التجديد			
30	التقليد من أجل الظهور بمكانة اجتماعية عالية			
31	التقليد لارتباطه بالتحضر			
32	التقليد لأجل التقليد			
33	تجديد الهاتف النقال			
34	تغيير الملابس			
35	تجديد الممتلكات الاستهلاكية			
36	الاهتمام باقتناء السيارات			
37	الاهتمام بالماركات العالمية			
38	تجديد أثاث المنزل بشكل دائم			
39	تقليد الحياة الغربية			
40	التسوق في المحلات التجارية الكبرى (المولات)			
41	قضاء وقت الفراغ في السينما			
42	قضاء وقت الفراغ في الملاهي			
43	الاستماع إلى الأغاني الأجنبية			
44	ارتياد المقاهي (coffee shop)			
45	التردد على المقاهي الإلكترونية			
46	الذهاب إلى المكتبات العامة			
47	التردد على دور العبادة			
48	زيارة الحدائق العامة			
49	زيارة المواقع الأثرية			
50	قصة الشعر			
51	طريقة اللبس			
52	التقيد باللباس التقليدي			
53	متابعة الموضة			
54	تقليد الفنانين في اللباس			
55	تقليد الفنانين بقصة الشعر			

56	الميل إلى الالتزام بالماركات العالمية للباس				
57	ارتداء اللباس المتحرر				
58	اعتبار اللباس التقليدي مؤشر على نموذج الشخصية التقليدية				
59	الاعتماد على الشكل الخارجي لتدعيم المكانة				
60	المظهر الخارجي العصري يعكس الشخصية المنفتحة				
61	الاعتماد على عمليات التجميل لتغيير ملامح الوجه عند النساء				
62	مطاعم الوجبات السريعة تعكس الانفتاح على الحياة العصرية				
63	دعوة الأصدقاء إلى مطاعم الوجبات السريعة				
64	تناول الطعام في مطاعم الوجبات السريعة وعدم الالتزام بالطعام المنزلي				
65	طلب الطعام من مطاعم الوجبات السريعة إلى المنزل				
66	التردد على مطاعم الوجبات السريعة يزيد من اهتمام الآخرين بي				
68	تناول الطعام في مطاعم الوجبات السريعة يوفر علي الوقت				
69	التردد على مطاعم الوجبات السريعة قلل من الارتباط في المنزل				
70	تزداد مكانة الطالب الذي يتردد على مطاعم الوجبات السريعة				
71	اختيار التخصص				
72	الاهتمام بالدراسة المرتبطة بالأعمال الذهنية				
73	تقليد الحياة الجامعية الغربية				
74	اختيار البرامج الأجنبية المتوفرة في الجامعات الأردنية				
75	اختيار التخصصات التي تلتزم بالمناهج الأمريكية				
76	دراسة التخصصات التي لها علاقة بالكمبيوتر والإنترنت				
77	اختيار بلد الدراسة لإكمال الدراسات العليا				
78	الاهتمام بالدراسة بالخارج				
79	الحصول على شهادات الدراسات العليا من الخارج				
80	مواكبة كل ما هو جديد في التخصصات العلمية				
80	ارتفاع مكانة المتعلمين				
81	الاهتمام بالتعليم عن بعد				
82	اختيار التخصصات الدينية في الجامعات				
83	الجدية في الدراسة				

بسم الله الرحمن الرحيم



جامعة اليرموك
YARMOUK UNIVERSITY

الرقم: را/١٠/٥٠/ ١٤٩٠

التاريخ: ١٢/ ٥ /١٤٢٨ هـ

الموافق: ٢٨/ ايار/ ٢٠٠٧ م

دائرة رئاسة الجامعة

الأستاذ الدكتور رئيس جامعة العلوم التطبيقية

تحية طيبة وبعد،،،

تقوم الطالبة خلود إبراهيم محمد القرعان ورقمها الجامعي(٢٠٠٣٧٧٠٠٠٢) ماجستير علم الاجتماع بأعداد رسالة الماجستير بعنوان:

" وسائل الاتصال وأثرها على بعض القيم لدى الطلبة الجامعيين في المجتمع الاردني"

وتحتاج لهذه الغاية إلى توزيع استبانه على الجامعات الأردنية من اجل استكمال متطلبات درجة الماجستير .

يرجى تسهيل مهمتها الأكاديمية.

وتفضلوا بقبول فائق الاحترام

رئيس الجامعة

أ.د محمد الصباريني

٢٠٠٧/٥/٢٨
خ ج/ن م

تلفون: ٩٦٢-٢-٧٢١١١١١ فاكس: ٩٦٢-٢-٧٢٧٤٧٢٥ اربد- الأردن
Tel:962-2-7211111 Fax:962-2-7274725 Irbid-Jordan Email:yarmouk@yu.edu.jo http://www.yu.edu.jo

بسم الله الرحمن الرحيم



جامعة اليرموك
YARMOUK UNIVERSITY

الرقم: را/٨٠٧/٠٥/ ١٤٦٠

التاريخ: ١٢/ ٥/ ١٤٢٨ هـ

الموافق: ٢٨/ ٥/ ٢٠٠٧ م

دائرة رئاسة الجامعة

الأستاذ الدكتور رئيس جامعة مؤته

تحية طيبة وبعد،،،

تقوم الطالبة خلود إبراهيم محمد القرعان ورقمها الجامعي(٢٠٠٣٧٧٠٠٠٢) ماجستير علم الاجتماع بأعداد رسالة الماجستير بعنوان:

" وسائل الاتصال وأثرها على بعض القيم لدى الطلبة الجامعيين في المجتمع الاردني"

وتحتاج لهذه الغاية إلى توزيع استبانه على الجامعات الأردنية من اجل استكمال متطلبات درجة الماجستير.

يرجى تسهيل مهمتها الأكاديمية.

وتفضلوا بقبول فائق الاحترام

رئيس الجامعة

أ.د محمد الصباريني

٢٠٠٧/٥/٢٨
خ ج/ن م

تلفون: ٩٦٢-٢-٧٢١١١١١ فاكس: ٩٦٢-٢-٧٢٧٤٧٢٥ اربد- الأردن
Tel:962-2-7211111 Fax:962-2-7274725 Irbid-Jordan Email:yarmouk@yu.edu.jo http://www.yu.edu.jo

بسم الله الرحمن الرحيم

جامعة اليرموك

YARMOUK UNIVERSITY



الرقم: ....

التاريخ: ب د/٢٠٠٧/١/ ...... ٢٠٠٨/٥/٥ ...... هـ

الموافق: .... ١٤٢٧/ .... م

٢٠٠٧/ ٥/ ٢٩

عمادة البحث العلمي والدراسات العليا

لمن يهمه الأمر

تحية طيبة وبعد،،،

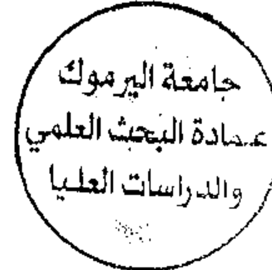
تقوم الطالبة خلود إبراهيم محمد القرعان ورقمها الجامعي(٢٠٠٣٧٧٠٠٠٢) ماجستير علم الاجتماع بأعداد رسالة الماجستير بعنوان:

" وسائل الاتصال وأثرها على بعض القيم لدى الطلبة الجامعيين في المجتمع الاردني"

وتحتاج لهذه الغاية إلى توزيع استبانه على الجامعات الأردنية من اجل استكمال متطلبات درجة الماجستير .

يرجى تسهيل مهمتها الأكاديمية.

وتفضلوا بقبول فائق الاحترام



عميد البحث العلمي والدراسات العليا

أ.د فواز العبد الحق

نسخة / ملف الطالب
خ ج / ا ن م
٢٠٠٧/٥/٢٨

تلفون: ٩٦٢-٢-٧٢١١١١١ فاكس: ٩٦٢-٢-٧٢١١١٢١ اربد- الاردن

Tel:962-2-7211111 http://graduatestudies.yu.edu.jo Fax:962-2-7211121 E-Mail:graddean@yu.edu.jo Irbid-Jordan

Abstract

Al Quraan, Khulood Ibrahim, Mass Communication and its Impact on Some values of university students in Jordanian society, Thesis, Yarmouk University ,2008, Supervisor: Prof Fahmi Salim El-Ghazwi.

The aim of this thesis is to understand the influence of new mass communication such as the Internet, Satellite, and Mobile phone on some evaluated university students in the Jordanian society. Firstly: the most important means of communication that students are using in the Jordanian society. Secondly: identifying the impact of mass communication on some values of students. Thirdly: Familiarizing and classifying the values according to its importance.

The essential inquiry of this study which idealizes the range of influence of mass communication on some students in the Jordanian society was answered, where it ramifies in a number of subsidiary questions representing what follows:

- Does the degree of influence of mass communication on some ethical values differ in contradiction to the demographic changes?
- What is the most popular mass communication used by students in the Jordanian society?
- What is the influence created by mass communication on the values of students in the Jordanian society?
- What is the influence created by mass communication on the students' religious values in the Jordanian society?
- What is the influence created by mass communication on the students' consumption values in the Jordanian society?

- What is the influence created by mass communication on the students' educational values in the Jordanian society?
- What are the most influenced values of the students by mass communication?

For answering these questions, the researcher used questionnaires and prepared them to cover the core issues of this fundamental study, and the society of the study was containing students from five governmental and Private Universities, these universities were (Al-Yarmouk University, Mu'tah University, Al-Balqa Applied University, Applied Science University, Irbid National University), and the applications were distributed to 1500 students from all universities mentioned above. The result was 1174 applications were retrieved. For knowing the significance of the answers of each form sample of study questions an arithmetic mean and statistical analysis was used to extract the needed tests and that was based on data analysis collected from the field.

The results were that university students used the three means of mass communication (Internet, Satellite, Mobile phone) which showed that it has a clear influence on the values of the students in the Jordanian Universities. The results also showed that demographical changes have clear impact on students' values; also it was found that the use of the new mass communication has a great influence in values of work, religion, consumption and education. That was very clear in students' attitudes and behaviors.

Key words: new mass communication (Internet, Satellite, Mobile phone), values (work, education, religion, and consumption), students of Jordanian universities.

الطلبة الملتحقون في الجامعات الأردنية لمستوى البكالوريوس حسب الحقل والجامعة للعام الدراسي ٢٠٠٥ / ٢٠٠٦

B.A / B.Sc. Students Enrolled to the Jordanian Universities by Field & University for the year 2005 / 2006

الطب البيطري Veterinary Medicine	الزراعة Agriculture	الهندسة التطبيقية Applied Engineering	الهندسة المعمارية وتخطيط المدن Architecture &Town Planning	الهندسة Engineering	العلوم الطبية المساعدة Para- Medical Science	الصيدلة Pharmacy	طب الأسنان Dentistry	الطب Medicine	الرياضيات وعلم الحاسوب Mathematics & Computer Sc.	العلوم الطبيعية Natural Science	التربية الرياضية Physical Education	الاتصال الجماهيري والتوثيق Mass Comm. & Documentation	التجارة وإدارة الأعمال Commercial and Business Admi.	العلوم الاجتماعية والسلوكية Social & Behavioural Sc.	الحقوق Law	مهن الخدمات Service Trades	الفنون الجميلة والتطبيقية Fine and Applied Arts	العلوم الإنسانية والدينية Humanities, Religion	علوم التربية وإعداد المعلمين Education Sc. & Teacher Training	المجموع Total		الحقل Field / الجامعة University
219	3394	0	1562	23224	11912	8569	1462	3606	21426	9130	2783	1318	35735	6446	5941	850	2220	29609	24656	192042	T	المجموع الكلي Grand Total
70	1963	0	938	6134	5204	3432	823	1044	8818	6278	1548	813	11684	3934	1685	456	1208	20293	20861	97178	F	
0	1307	0	594	3945	2380	1584	678	1107	3105	1687	711	0	4068	2283	1149	0	189	5886	2838	33411	T	الجامعة الأردنية The University of Jordan
0	853	0	434	1150	1253	1099	439	382	1589	1329	427	0	2119	1558	578	0	142	4953	2339	20644	F	
0	0	0	0	1480	181	0	0	0	2068	1219	649	296	3254	1253	567	206	453	4139	2966	18729	T	جامعة اليرموك Yarmouk University
0	0	0	0	435	90	0	0	0	1183	829	366	183	1372	884	178	141	261	2906	2505	11333	F	
0	409	0	0	2168	511	0	0	395	1176	866	908	0	1401	899	542	0	0	2965	2488	14727	T	جامعة مؤتة Mu'tah University
0	209	0	0	817	236	0	0	132	708	657	475	0	651	587	239	0	0	1812	2038	8361	F	
219	1088	0	324	4457	3556	1525	764	2104	1309	1191	0	0	0	0	0	0	0	708	0	17267	T	جامعة العلوم والتكنولوجيا الأردنية Jordan Uni. of Science & Technology
70	[illegible]	0	230	1451	1852	953	384	530	700	768	0	0	0	0	0	0	0	502	0	7910	F	
0	0	0	0	2657	1842	0	0	0	1308	2060	496	0	3648	367	0	628	0	1565	2005	16575	T	الجامعة الهاشمية The Hashemite University
0	0	0	0	688	997	0	0	0	768	1499	280	0	1801	235	0	310	0	1227	1795	9600	F	
0	0	0	281	0	588	0	0	0	2277	905	0	0	1819	514	487	0	0	3401	2306	12678	T	جامعة آل البيت AL al - Bayt University
0	0	0	160	0	248	0	0	0	995	572	0	0	596	241	161	0	0	2134	1828	6935	F	
0	331	0	0	3844	164	0	0	0	1535	273	0	505	2803	232	0	0	104	2365	5870	18028	T	جامعة البلقاء التطبيقية AL-Balqa' Applied University
0	213	0	0	1192	117	0	0	0	655	185	0	342	1005	131	0	0	92	1732	5431	11105	F	
0	0	0	0	290	0	0	0	0	1251	376	0	0	892	463	0	16	0	1140	1690	6118	T	جامعة الحسين بن طلال AL-Hussein Bin Talal University
0	0	0	0	131	0	0	0	0	560	226	0	0	333	147	0	5	0	718	1431	3551	F	
0	0	0	0	379	0	0	0	0	0	262	0	0	0	122	0	0	0	0	544	1307	T	جامعة الطفيلة التقنية Tafila Technical University
0	0	0	0	23	0	0	0	0	0	108	0	0	0	48	0	0	0	0	470	648	F	
0	0	0	0	85	0	0	0	0	0	0	0	0	17	0	0	0	0	0	0	103	T	الجامعة الألمانية الأردنية German Jordanian University
0	0	0	0	20	0	0	0	0	0	0	0	0	6	0	0	0	0	0	0	25	F	
0	0	0	0	730	271	787	0	0	473	0	0	0	2150	98	434	0	329	252	0	5524	T	Al - Ahliyya Amman University
0	0	0	0	32	137	308	0	0	52	0	0	0	446	38	79	0	171	176	0	1438	F	
0	0	0	133	998	589	567	0	0	926	10	0	0	2790	158	416	0	386	370	0	7341	T	Applied Science Uni. (Private)
0	0	0	47	53	124	286	0	0	158	4	0	0	653	34	57	0	213	279	0	1908	F	
0	0	0	0	1222	490	453	0	0	1530	197	0	139	2203	0	520	0	244	467	0	7485	T	Philadelphia University
0	0	0	0	47	32	172	0	0	192	109	0	93	353	0	64	0	88	257	0	1417	F	
0	0	0	154	595	0	423	0	0	624	0	0	0	2314	0	838	0	0	993	659	6300	T	Al - Isra Private University
0	0	0	42	16	0	161	0	0	117	0	0	0	430	0	62	0	0	548	520	1888	F	
0	0	0	76	0	55	671	0	0	514	97	0	254	1901	0	0	0	274	348	251	4461	T	University of Petra
0	0	0	23	0	49	258	0	0	104	45	0	113	433	0	0	0	150	293	230	1701	F	
0	0	0	0	0	1043	559	0	0	1539	0	0	0	3129	0	307	0	216	804	394	7991	T	Al-Zaytoonah Private Uni. of Jordan
0	0	0	0	0	191	205	0	0	348	0	0	0	630	0	86	0	79	539	293	2371	F	
0	0	0	0	0	130	0	0	0	521	0	0	124	1230	55	172	0	0	1235	938	4405	T	Zarqa Private University
0	0	0	0	0	78	0	0	0	198	0	0	82	242	28	43	0	0	752	818	2241	F	
0	0	0	0	0	0	0	0	0	599	0	0	0	1218	0	245	0	0	1288	153	3503	T	Irbid National University
0	0	0	0	0	0	0	0	0	283	0	0	0	500	0	85	0	0	859	84	1591	F	
0	259	0	0	0	0	0	0	0	386	88	0	0	898	4	464	0	0	1683	988	4770	T	Jerash Private University
0	18	0	0	0	0	0	0	0	117	47	0	0	205	3	53	0	0	807	689	1939	F	
0	0	0	0	373	0	0	0	0	387	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	760	T	Princess Sumaya Uni. for Tech.
0	0	0	0	79	0	0	0	0	78	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	157	F	
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	25	0	0	25	T	Jordan Academy of Music
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	9	0	0	9	F	
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	586	586	T	Educational Sciences Faculty
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	410	410	F	

جامعات خاصة (shaded)   جامعات حكومية